

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра туристичного бізнесу

Здано на кафедру

«__» _____ 2011 р.

Рег. № _____

«До захисту»

Зав. кафедри:

доц. Парфіненко А.Ю.

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ МАЛИХ КРАЇН СЕРЕДЗЕМНОМОР'Я

(дипломна робота спеціаліста)

Виконала:
студентка 5-го курсу
група УТ- 52

Урбанова Я.В.

Науковий керівник:
к.г.н., доц.

Грицак Ю.П.

Харків – 2011

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ	
ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РЕГІОНІ	5
1.1. Оцінка туристського потенціалу території.....	5
1.2. Аналіз соціально-економічних передумов розвитку туризму.....	14
1.3. Оцінка рівня розвитку туристичної індустрії.	19
1.4. Допоміжні розрахунки та визначення	
конкурентоспроможності в туризмі	24
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ РІВЕНЬ РОЗВИТКУ	
ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ПО КРАЇНАХ	31
2.1. Економіка туризму на Кіпрі.....	31
2.2. Мальта	37
2.3. Чорногорія.....	42
РОЗДІЛ 3. ВІДМІННОСТІ У РОЗВИТКУ ОКРЕМИХ СЕКТОРІВ	
ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ПО КРАЇНАХ.....	50
3.1. Стан туристсько-рекреаційних ресурсів.....	50
3.1.1. Природні туристські ресурси	50
3.1.2. Культурно-історичні ресурси	52
3.2. Сектор розміщення та харчування	55
РОЗДІЛ 4. АНАЛІЗ ПРАВОВИХ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ОСНОВ	
ОХОРОНИ ПРАЦІ КІПРУ, МАЛЬТИ ТА ЧОРНОГОРІЇ.....	63
ВИСНОВКИ	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	70
ДОДАТКИ.....	73

ВСТУП

Вибір теми визначається прагненням виявити особливості схожості та відмінності в структурі туристичної індустрії подібних країн з курортно-туристичною спеціалізацією, щоб використати їх досвід при організації подібної діяльності в Україні.

Актуальність даної теми полягає у тому, щоб провести аналіз розвитку даних країн для подальшого спрямування туристичної стратегії з урахуванням всіх аспектів діяльності на відповідних територіях, виявити головні проблеми туристичної діяльності на відповідних територіях .

Об'єктом дослідження є економіка трьох середземноморських країн – Мальти, Кіпру та Чорногорії, предметом – туристична індустрія даних країн.

Метою роботи є порівняльна оцінка рівня розвитку та виявлення недоліків і проблем туристичної індустрії туризму в малих середземноморських країнах.

У процесі дослідження поставлені наступні завдання:

- проаналізувати міжнародний туристичний ринок та охарактеризувати туристичний ринок Мальти, Чорногорії та Кіпру;
- оцінити туристсько-рекреаційний потенціал та стан розвитку індустрії туризму країн, що визначає їхні сучасні можливості та перспективи участі в світовому та регіональному туристичному процесі;
- провести аналіз соціально-економічних передумов розвитку туристичної галузі
- оцінити рівень розвитку туристичної індустрії
- віднайти та проаналізувати відмінності у розвитку окремих секторів туристичної індустрії в даних країнах
- виявити головні проблеми та перспективи туристичної галузі в даних країнах, зробити їх порівняльний аналіз.

Ступінь вивченості проблеми. Вивченням індустрії та економіки туризму малих країн Середземномор'я займалися Дурович А. П., Копанев А.С. , Кирєєв А.П. Головними використаними сайтами є gov.mt – офіційний

сайт уряду Мальти, mturizma.cg.yu – офіційний сайт міністерства туризму Чорногорії та gov.cyp – офіційний сайт уряду Кіпру, також wttc.org – сайт міжнародної організації туристичного бізнесу керівників заохочення туризму і подорожей по всьому світу. В них наводяться дані за останні роки. В якості методологічної бази дослідження спираємося на досвід та методику Александрової А.Ю. [1], Дмитрієвського Ю.Д. [4]

Робота виконувалася за методологією туристичної характеристики країн, яка викладається у роботах Сапожнікової, Мироненко.

Специфіка джерельної бази. Інформаційною базою слугували роботи Александрової А.Ю. [1], Дмитрієвського Ю.Д. [3], Любіцева О.О. [14], офіційні сайти уряду та туризму Кіпру, Мальти, Чорногорії, wttc.org – сайт міжнародної організації туристичного бізнесу керівників заохочення туризму і подорожей по всьому світу .

Наукова новизна справжнього дослідження полягає в виявленні існуючих проблем, відмінностей у розвитку туристичної індустрії Мальти, Кіпру та Чорногорії, шляхів їх порівняння та вирішення для покращення сучасного стану туристичної індустрії .

Робота складається з вступу, чотирьох розділів.

РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РЕГІОНІ

1.1. Оцінка туристського потенціалу території

До складових туристичного потенціалу території відносяться:

а) туристські ресурси – природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, що включають об'єкти туристського показу, а також інші об'єкти, здатні задовольняти духовні і інші потреби туристів, сприяти підтримці їх життєдіяльності, відновленню і розпитку їх фізичних сил;

б) туристичну інфраструктуру – наявність підприємств харчування, якість автомобільних доріг, якість залізничної інфраструктури, доступність Інтернету, доступність інформації по туризму на території, надійність мобільного зв'язку.

в) імідж території – сукупність емоційних і раціональних уявлень, які виходять із зіставлення всіх характеристик території, власного досвіду і чуток, які впливають на створення певного образу. Імідж існує на декількох рівнях – побутовому, соціально-економічному, діловому, фінансовому та ін.

Положення певного національного туристичного ринку на ринках вищого порядку з відповідним економічним ефектом від такого положення, забезпечується цілеспрямованою державною туристичною політикою, спрямованою на формування туристично привабливого іміджу.

Всесвітня туристична організація (UNWTO) визначає туристичний регіон як територію, яка має в наявності мережу спеціальних споруд та послуг, необхідних для організації відпочинку, дозвілля чи оздоровлення туристів. [Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія і практика [Текст]. Навч. посіб./ М.П. Мальська, В.В. Худо; М-во освіти і науки України. ЛНУ ім. Івана Франка. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.]

Тобто, туристичний регіон може розвивати у себе туризм лише в тому випадку, якщо він має всі необхідні ресурси для перебування у ньому туристів.

Ці наявні та доступні ресурси створюють так званий туристський потенціал. Професійних трактувань терміну потенціал в туризмі не існує, тому його використовують як загальновживаний. У тлумачних, а також у енциклопедичних словниках терміном «Потенціал» (від латинського *potentia* – сила) визначають «джерела, можливості, засоби, запаси, які можуть бути використані для рішення якої-небудь задачі, досягнення певної мети» [Советский энциклопедический словарь / гл. ред. А.М. Прохоров. – 4-е изд. – М.: Сов. энцикл., 1989. – 1632 с.].

Опис потенціалу якого-небудь об'єкту це, як правило, і його оцінка у порівнянні з потенціалом іншого об'єкту. Таким чином, туристський потенціал об'єкту або території – це сукупність належних до нього природних та створених людиною явищ, умов, можливостей та засобів, придатних до формування туристського продукту та здійснення відповідних турів, екскурсій та програм [Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу. – Львів: Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2003. – 360 с. – Бібліогр.: С. 269-271].

Туристичний потенціал може розглядатися як основа регіональної туристичної ренти. Він включає:

- а) наявні туристичні ресурси, їх значення в культурній спадщині та стан;
- б) екологічну ситуацію в країні в цілому та в туристсько-рекреаційних районах;
- в) доступність пропонованих туристичних послуг: транспортну (наявність прямих рейсів, види транспорту, їх сполучення та взаємозамінність) та цінову (рівень цін на туристичні та інші послуги і товари, курс валют);

Туристський потенціал включає в себе багато компонентів, які доцільно буде поділити на такі основні групи:

- природно-кліматичні компоненти (клімат, ландшафт, екосистеми),
- культурно-історичні ресурси (культурно-історична спадщина, витвори мистецтва, археологічні цінності, традиції, етнос),
- інфраструктура, матеріально-технічна база.

Таблиця 1.1

Кількісні та якісні показники природних туристських ресурсів

Ресурс	Показник	Одиниця виміру
Клімат	1. Середня температура січня	°С
	2. Середня температура липня	Днів
	3. Вегетаційний період, днів	°С
	4. Абсолютний максимум температур	°С
	5. Абсолютний мінімум температур	°С
	6. Кількість опадів	Мм
	7. Висота снігового покриву	Мм
	8. Загальна сприятливості кліматичних умов для туризму	Балів
Води	1. Кількість рік (з довжиною більше 10 км)	Одиниць
	2. Загальна довжина рік, в т.ч. суднохідних	Км
	3. Кількість великих озер	Одиниць
	4. Середня швидкість течії	км/с
	5. Середня глибина рік	М
Гідромінеральні ресурси	Кількість мінеральних родовищ	Одиниць
Ландшафти	1. Площа лісів	Га
	2. Площа с/х територій	Га
	3. Площа територій, що охороняються	Га
	4. Кількість природних парків та заповідників	Одиниць
	5. Кількість ботанічних та зоологічних садів	Одиниць
	6. Естетичність ландшафтів	Одиниць

Джерело: Александрова А.Ю. Міжнародний туризм. М.: Аспект-Пресс, 2004 [1]

Це поняття слід відрізняти від поняття «потенціал для розвитку сфери туризму в регіоні», під яким розуміється сукупність взаємодіючих і взаємозалежних потенціалів регіону і зовнішніх по відношенню до регіону потенціалів, які можуть бути використані для розвитку сфери туризму в регіоні.

Розглядаючи структуру потенціалів регіону, що використовуються в сфері туризму, необхідно виділити ті, формування і розвиток яких забезпечить його сталий розвиток. Ці потенціали формуються і розвиваються під впливом потенціалу потреб туристів, який диктує і ступінь використання потенціалу можливостей території. Саме потенціал потреб є джерелом і

рушійною силою розвитку туризму в регіоні, на нього повинні бути орієнтовані всі інші потенціали.

Нижче розкривається сутність формування і ефективного використання основних потенціалів.

Економічний потенціал визначається як можливість розширеного відтворення корисних (суспільно необхідних) елементів і їх властивостей для цілей сталого розвитку туризму.

Організаційний потенціал може бути розглянуто у двох аспектах: як структурний потенціал і як потенціал функції управління. Структурний потенціал визначає ієрархію системи, її зв'язки, роль і місце кожної структурної одиниці. Сполучною ланкою між туристами і сферою послуг (туризмом) є інформаційний потенціал, на основі якого формується потенціал управління. Процес формування та розвитку інформаційного потенціалу зазвичай визначається цільовими установками і включає збір, аналіз, переробку, класифікацію інформації і прийняття рішень на основі обробленої інформації.

Кращою основою для оцінки туристського потенціалу території, на думку більшості географів, є ландшафтна карта, так в цьому випадку об'єктами оцінки служать синтетичні одиниці – природні територіальні комплекси. Ранг одиниці визначається масштабом дослідження на відповідних йому картах: в дрібному масштабі – фізико-географічні провінції, в середньому масштабі – райони, ландшафти або їх великі частини – місцевості, у великому масштабі – урочища та фації.

До оцінки приступають після складання схем обмежень рекреації і туризму, що враховують як природні, так і господарські лімітуючі фактори. Прикладами лімітуючих факторів можуть бути дискомфортність клімату, велика ймовірність зустріти хижих, небезпечних тварин, несприятливі мікрокліматичні умови для санаторно-курортного лікування, дефіцит пляжів, води, території для забудови і т.д. Зони впливу міст і промислових об'єктів, місця розробки корисних копалин, контури сільськогосподарських угідь і т.п. не входять до території, що підлягають оцінці.

На заключному етапі вибирається форма оцінки. До теперішнього часу склалося дві взаємозамінні форми оцінок: якісна й бальна. Сильна сторона якісних оцінок полягає в тому, що вони дозволяють логічно обґрунтувати оцінні ознаки на основі аналізу генезису та морфологічної структури природних територіальних комплексів. Крім того, до них вдаються для визначення «ваги» чинника при використанні математичних методів. Відмінною рисою бальних оцінок є стислість висловлювання і можливість зіставлення.

Метод туристського бонітування території, тобто оцінка за сумою балів, знайшов широке застосування в географії туризму. Він полягає в тому, що окремі властивості територіальної одиниці, що мають неоднакову цінність, отримують відповідне число пунктів згідно з обраною шкалою. Таким чином, різні «якості» приводяться до спільного знаменника, а підсумовування пунктів дає синтетичну оцінку даної просторової одиниці з точки зору її туристської привабливості. Метод туристського бонітування території постійно вдосконалюється.

Факт територіальної вибіркової відпочиваючих і туристів загальновідомий. Туристські заняття можуть бути реалізовані тільки в тому випадку, якщо між їх характером та властивостями географічних ландшафтів існує певна відповідність. Чим різноманітніша в природному відношенні туристська зона, чим більше природних елементів вона включає, тим для більшого числа видів туристської діяльності вона придатна. Число видів цієї діяльності рівнозначне числу функцій місцевості. Під функцією місцевості розуміється здатність природного комплексу надавати відпочиваючим можливість заняття різними видами туристської діяльності. Знаючи суму функцій туристської місцевості, можна вивести її коефіцієнт придатності.

Вихідними матеріалами для оцінки такої місцевості з використанням коефіцієнта придатності служать ландшафтна карта, природно-ландшафтна характеристика і сума можливих туристських функцій досліджуваного регіону.

Програма робіт з оцінки туристської місцевості з використанням коефіцієнта придатності включає наступні етапи:

- вивчення і підсумовування можливих видів туристської діяльності в регіоні;
- аналіз зібраного матеріалу, що характеризує туристську місцевість і прилеглі до неї території; при цьому природні компоненти аналізуються окремо і в сукупності;
- вивчення можливостей для здійснення різноманітних видів туристської діяльності в даній місцевості;
- визначення суми функцій туристської місцевості;
- визначення коефіцієнта придатності даної місцевості.

Для оцінки туристичного потенціалу території використовують також методи економічної оцінки туристських ресурсів з урахуванням механізму утворення диференційованої ренти, порівняння обсягу експлуатаційних витрат на освоєння ресурсів одного типу, супутнього економічного ефекту від туристського обслуговування в сфері матеріального виробництва, обсягу наданих послуг і прибутку, одержаного від експлуатації цих ресурсів.

Використання природних ресурсів з метою відпочинку і туризму має здійснюватися відповідно до прийнятих норм антропогенного навантаження на природні комплекси. Розрізняють два підходи до встановлення цих норм: біологічний і психологічний. Відповідно з першим підходом допустима норма навантаження вимірюється кількістю осіб на 1 га, яку може витримати природний комплекс без втрати біологічних властивостей. Значення цього показника неоднакові для різних природних комплексів і залежать від їх ступеня стійкості до антропогенного впливу, наприклад, витоптування, ущільнення ґрунту, пошкодження коренів.

Другий підхід до встановлення норм туристського навантаження на природні комплекси базується на тому, що людина на відпочинку потребує психологічний комфорт. У середньому психологічно допустиме навантаження становить 0,5-1 чел./га. Ресурси відпочинку і туризму виступають елементами і різними поєднаннями не тільки природного, але і

антропогенного (культурного) ландшафту. До культурно-історичного потенціалу відносяться історичні пам'ятники, меморіальні місця, народні промисли, музеї та інші об'єкти матеріальної та духовної культури. Культурно-історичні ресурси в різних формах залучені в систему туристського обслуговування. Дві з них – організація музеїв та екскурсійно-туристських маршрутів – набули найбільшого поширення.

Оцінка культурно-історичних ресурсів, зокрема екскурсійних, окремих регіонів і маршрутів проводиться з використанням наступних методичних прийомів.

1. Визначення щільності екскурсійних об'єктів на одиницю площі території, їх чисельності та структури по територіальним осередкам (адміністративним, економічним) і туристським центрам.

2. Бальна оцінка екскурсійних об'єктів з позиції організаторів відпочинку та туризму за основними показниками (пізнавальна цінність, популярність, аттрактивність, виразність, медико-географічні властивості навколишньої території). Оціночні шкали розробляються за кожним показником шляхом ранжирування якісних характеристик об'єкта.

3. Розрахунок екскурсійного потенціалу об'єкта шляхом визначення необхідного і достатнього часу для його огляду. Складання типологічної таблиці з середніми нормами часу на огляд певних видів об'єктів.

4. Оцінка аттрактивності екскурсійних трас і маршрутів з урахуванням культурно-історичних об'єктів, розташованих не тільки на трасі, але і в прилеглих зонах.

Оцінка культурно-історичних ресурсів починається з їх обліку та характеристики: зазначення назви об'єкта, його місця розташування зі схемою, маркування, власника, літературних та інших джерел відомостей, короткого опису об'єкта. Важливим етапом оцінки є типологія культурно-історичних ресурсів по туристській значущості, яка залежить від інформативності об'єкта і вимірюється часом його огляду. В якості підстави типології вибираються ознаки, що відображають тривалість огляду: ступінь

організації об'єкта для показу і місцезнаходження екскурсантів по відношенню до об'єкта огляду.

За ступенем організації для показу об'єкти поділяються на спеціально організовані (музеї, монументи тощо) і неорганізовані (панорама міста, перспектива вулиці і т.п.). Організовані об'єкти вимагають більше часу на огляд, оскільки психоемоційний сприйняття об'єкта і контакт з ним є метою огляду і складають основу екскурсії. Неорганізовані об'єкти служать фоном при проведенні екскурсії, який охоплюється одним поглядом без детального розгляду.

Економічна оцінка культурно-історичних ресурсів відрізняється специфікою і вимагає обережного підходу. Так, будь-які оцінки, засновані на рентному підході, в даному випадку неприйнятні. При оцінюванні враховується прямий ефект від експлуатації культурно-історичних об'єктів (плата за вхід, за екскурсійне обслуговування) і прихований економічний ефект від виконання ними пізнавальної і виховної функцій.

Останнім часом у вітчизняній (СНД) і зарубіжній спеціальній літературі порушується питання про необхідність комплексної оцінки туристського потенціалу території – всіх ресурсів і умов розвитку туризму, які надають індивідуальність кожному туристському району. Інакше кажучи, назріла необхідність розробки поняття «сукупний туристський потенціал» та критеріїв його визначення.

Інтегральна оцінка туристського потенціалу будь-якого об'єкта або території конвенціональна, оскільки вона неминуче включає якісні показники і може отримати осмислене трактування тільки в порівнянні з оцінкою потенціалу іншого об'єкта. Це означає, по-перше, що залежно від детальності прийнятої шкали необхідно при оцінюванні мати в полі зору як мінімум п'ять або сім об'єктів і, по-друге, що потрібно завжди чітко визначати в межах якого регіону виконуються оцінка і порівняння потенціалів. Адже від цієї обставини очевидним чином залежить розстановка вищих і нижчих оціночних балів.

Величина потенціалу – кількісне вираження сукупності цих груп компонентів. Кількісна оцінка загального туристського потенціалу повинна включати в себе оцінку всіх потенціалів окремих ресурсів, багато з яких самі по собі є досить складними.

У якості територіальних одиниць можна взяти адміністративні області, райони країни. Оцінка потенціалу районів проводиться відносно один одного, а не ізольовано, що дозволяє визначити частку кожної території, як окремому компоненті, так і в загальному туристському потенціалі території.

Інтегральна оцінка туристського потенціалу необхідна для порівняння особливостей туристського освоєння території і розробки програми туристського регулювання. Оцінку складових туристського потенціалу можна проводити індексним методом для окремих показників за наступною формулою:

$$I = \frac{X - X_{\min}}{X_{\max} - X_{\min}}, \quad (1)$$

де X – величина показників досліджуваних величин.

Кількість показників, що складають блоки туристського потенціалу, може бути не однакова. Поєднання туристських ресурсів на певній території здійснюють різний вплив на інтенсивність рекреаційної діяльності і на задоволення рекреаційних потреб населення.

Інтегральний показник, розраховується для класифікації і картографування результатів оцінки туристського потенціалу території. Показник являє собою суму проміжних індексів з урахуванням поправочних коефіцієнтів: [1. Николаенко Д.В. Рекреационная география: учеб. пособие для вузов / Д.В. Николаенко. – М.: Владос, 2003. – 288 с.].

$$\Delta I = (L1 * 0,25) + (L2 * 0,25) + (L3 * 0,25) + (L4 * 0,25), \quad (2)$$

де ΔI – інтегральний показник; $L1$ – проміжний індекс природного потенціалу; $L2$ – проміжний індекс забезпеченості історико-культурного потенціалу; $L3$ – проміжний індекс забезпеченості туристською інфраструктурою; $L4$ – проміжний індекс транспортної складової; 0,25 – поправочні коефіцієнти забезпеченості ресурсами.

За допомогою методики інтегральної оцінки потенціалу території можна об'єктивно визначити територіальні відмінності в забезпеченості окремих районів (регіонів) компонентами туристського потенціалу, що в свою чергу дозволяє використовувати її для рішення питань районування та територіального планування індустрії туризму в регіонах.

1.2. АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПЕРЕДУМОВ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Туризм став реальним фактом економіки будь-якої країни. Історично склалося так, що сучасний туризм став результатом появи та еволюції подорожей. Люди подорожували завжди й залишали записи про свої мандрівки.

Ефективність туризму означає отримання економічного результату від організації туризму, туристичного обслуговування, виробничо-обслуговуючого процесу туристичного підприємства.

Економічна ефективність туризму є складовим елементом загальної ефективності суспільної праці. Економічна ефективність розвитку туризму на мікрорівні характеризується системою економічних показників, які відображають кількісний обсяг реалізації туристських послуг та їх якісну сторону:

- обсяг туристичного потоку;
- величина туристичних затрат;
- стан та розвиток матеріально-технічної бази;
- показники фінансово-економічної діяльності;
- показники розвитку міжнародного туризму

До показників, які характеризують обсяг туристського потоку, відносяться: загальна кількість туристів (у тому числі організованих і самодіяльних), кількість туроднів (діб, ліжко-днів), середньомісячна кількість туроднів.

Загальна кількість туристів вимірюється кількістю людей, котрі прийняли участь в подорожах. Цей показник характеризує масштаби обсягу

населення туристичними заходами і вимірюється шляхом сумування кількості туристів за певний період, прийнятих на обслуговування по дням реєстрації, тобто в перший день обслуговування.

До складу матеріально-технічної бази туризму входять:

- туристичні фірми та агентства;
- готелі;
- туристичні бази;
- підприємства харчування та торгівлі;
- автотранспортні підприємства;
- пункти прокату туристичного спорядження;
- бюро реалізації туристичних путівок;
- контрольно-рятувальні служби;
- туристичні клуби, станції та інше.

Розвиток індустрії туризму все більш наполегливо вимагає наукових досліджень. В усьому світі створюються наукові підрозділи (лабораторії, відділи і навіть інститут туризму), які розробляють різні аспекти розвитку такої галузі економіки, як туризм.

В цій області складаються два напрямки:

- прикладні дослідження (оцінка попиту з метою виявити можливості залучення туристів в той чи інший район, порівняльна оцінка туристичних ресурсів, розробка проектів комплексного розвитку окремих районів туризму і т. д.);

- теоретичні (загальний аналіз проблем і перспектив розвитку індустрії туризму, аналіз географії туристичних потоків та факторів, що визначають їх інтенсивність, методологія оцінки ресурсів попиту і ефективності капітальних вкладень).

На розвиток туризму, як і будь-якого іншого економічного виду діяльності, впливає цілий ряд факторів. Досвід систематизації даних факторів, запропонований В.С. Преображенським, В.І. Азаров, І.В. Зоріним дозволяє розділити їх на дві групи:

- чинники, що генерують суспільні потреби в туризмі;
- фактори, що реалізують рекреаційні потреби в туризмі

Для того, щоб визначити ступінь впливу того чи іншого соціально-економічного чинника на розвиток туризму, необхідно мати хоча б наближене поняття про те, що кожен з них представляє. Нижче представлена класифікація даних факторів, а також загальна характеристика класів факторів і коротка характеристика кожного з них. Фактори, що впливають на соціально-економічні передумови розвитку туризму можна розділити на генеруючі та реалізуючі (Див. таблицю 1.2).

Таблиця 1.2.

Фактори соціально-економічних передумов розвитку туризму

Генеруючі	Реалізуючі
1. Розвиток суспільного виробництва	1. Зростання матеріального і культурно-освітнього рівня
2. Трудова діяльність	2. Зростання фонду вільного часу
3. Потреба у відновленні працездатності та здоров'я	3. Розвиток транспорту і комунікацій
4. Урбанізація	4. Розширення сфери обслуговування

Джерело: Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 312 с.

До основних факторів, що впливають на соціально-економічні передумови розвитку туризму можна віднести ті, що генерують громадські потреби в туризмі. Генеруючі фактори породжують попит на різноманітні форми відпочинку, визначають розвиток системи, циклів рекреаційної діяльності. Діє на макрорівні, визначаючи структуру рекреаційного господарства. Генеруючі фактори можуть бути територіально локалізовані, визначати територіальний поділ праці в сфері відпочинку і туризму, закріплювати рекреаційні функції за певними районами і місцевостями.

Разом з тим вони носять і нелокалізуючий характер, впливаючи на рекреаційні господарства в цілому, на народногосподарському рівні, так як пов'язані з суспільно-економічними процесами функціонування всього народногосподарського комплексу

У групі генеруючих факторів визначальну роль грають:

1. розвиток суспільного виробництва;
2. трудова діяльність;
3. потреба у відновленні працездатності та здоров'я.

Рекреаційні потреби формуються в залежності від соціально-економічних умов життя в країні і є ключовим чинником розвитку туризму.

Розвиток суспільного виробництва і трудова діяльність: ці два фактори тісно пов'язані один з одним. Зростання рекреаційних потреб і розвиток туризму визначаються також і розвитком матеріального виробництва. Розвиток нових технологій і автоматизація виробництва ведуть до корінного перетворення життєдіяльності, зниження фізичних навантажень. Розширення виробництва передбачає зайнятість все більшої кількості працездатного населення у виробничій сфері.

Потреба у відновленні працездатності та здоров'я: зниження фізичної активності в процесі трудової діяльності посилюється незбалансованим харчуванням, коли надмірне споживання їжі поєднується з недостатньою фізичною активністю людини і надходження калорій перевищує витрати. У цілому гіподинамія і переїдання поглиблюються шкідливими звичками суспільства споживання (алкоголізм, тютюнопаління та ін) Ці причини призводять до скорочення тривалості життя, висуваючи рекреаційну діяльність в якості необхідної умови життєдіяльності.

Урбанізація: формує специфічний міський спосіб життя, веде до утворення великих міст і агломерацій. Урбанізація внесла значний внесок у поліпшення матеріальних і культурних умов життя населення, перетворила структуру життєдіяльності. Разом з тим процес урбанізації призводить до зміни природних умов життя, ізолює людину від природного оточення, змінює кліматичні, атмосферні та інші природні процеси, що в ряді випадків негативно впливає на здоров'я людини. Висока щільність населення, велика кількість інформації, висока частота міжособистісних контактів, значні транспортні переміщення є причинами так званого стресу

Разом з тим, фактори, що реалізують рекреаційні потреби в туризмі, сприяють залученню широких мас населення в різноманітні форми туризму;

пов'язані з природними і культурно-історичними ресурсами туризму, а також соціально-економічними умовами життя населення.

До групи реалізуючих факторів динамічного розвитку туризму, сприяють широкій участі населення в різноманітних формах активного відпочинку і туристських подорожей входять:

1. зростання матеріального і культурно-освітнього рівня життя;
2. зростання фонду вільного часу;
3. розвиток транспорту і комунікацій;
4. розширення сфери обслуговування;
5. розширення фонду рекреаційних територій

Матеріально-економічні умови людей найтіснішим чином пов'язані з рівнем розвитку туризму, а саме з таким фактором як зростання/зменшення доходів населення визначають структуру туристського потоку.

Тим не менш, виїзний туризм в світі користується великою популярністю. Причин цього досить багато:

1. сприятливі для відпочинку кліматичні умови,
2. висока якість обслуговування,
3. широкий спектр послуг,
4. пізнавальні цілі,
5. якісно оздоровлення (морська вода, гарячі джерела, бруду, тощо).

Високий рівень розвитку суспільства безперервно пов'язаний з рівнем освіченості і високої духовної культурою населення. Розвитку туризму сприяє зростання культурно-освітнього рівня життя. За даними досліджень, з підвищенням рівня освіти зменшується частка осіб, які проводять відпочинок будинку

Вільний час є однією з умов життя діяльності, сприяючи реалізації рекреаційних потреб і розвитку туризму. Вільний час – це частина неробочого часу, в рамках якого відбувається відновлення і розвиток фізичних, інтелектуальних і духовних сил людини. вільний час у соціально-економічній та географічній літературі цю частину прийнято називати рекреаційним часом. Сучасна діяльність людини при обмеженій рухової

активності супроводжується надмірним емоційним напруженням, щоб відновити сили потрібно неодмінно відпочити. Більшість людей проводять свої відпустки (вихідні та святкові дні), виїжджаючи за місто, в іншу країну.

Матеріальною основою розвитку і розширення туристського руху є транспорт. Специфічна риса транспортних зв'язків – їх інтеграційний характер. Оскільки вони об'єднують окремі країни і регіони в єдине ціле. Для туризму особливо важливим є забезпечення зв'язків між місцевими, національними та міжнародними засобами пересуваннями, щоб туристське пересування не мало розривів транспортних сполучень.

Розвиток транспорту в туризмі відбувається в наступних напрямках: розвиток його матеріально-технічної бази; вдосконалення організації та управління системи транспортного обслуговування.

Розширення сфери обслуговування веде до збільшення організованого і в'їзного туризму.

Аналізуючи соціально-економічні передумови розвитку туризму, слід зупинитися і на факторах, які гальмують його зростання. Зокрема, в доповідях на Всесвітній конференції по туризму відмічалось, що циклічні і структурні кризи, інфляція, ріст безробіття, порушення умов товарообміну, а також відсутність планування використання природних і трудових ресурсів є факторами, які негативно впливають на зростання міжнародного туристичного обміну.

В результаті досліджень міжнародні експерти з туризму дійшли висновку, що туризм менше, ніж інші галузі економіки, відчуває на собі вплив економічної кризи, яка може протягом певного часу лише частково уповільнити його розвиток. *[Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 312 с.]*

1.3. Оцінка рівня розвитку туристичної індустрії.

Туризм являє собою найпотужніший комплекс, який характеризується величезним числом показників, сфер впливу. Для того, щоб

охарактеризувати ступінь його стійкості та можливості сталого розвитку необхідно розглянути великий набір чинників та критеріїв. Потрібно зосередити свої зусилля на розгляді економіко-географічних передумов для сталого розвитку туризму.

Туристичну індустрію можна розглянути як сукупність готелів чи інших засобів розміщення, засобів транспорту, об'єктів громадського харчування, об'єктів і засобів розваги, об'єктів освітнього, ділового, оздоровчого, спортивного та іншого значення, організацій, які здійснюють туристичну діяльність, організацій, які представляють послуги гідів-перекладачів. В силу ряду причин індустрія туризму, що розглядається в якості галузі, рідко удостоюється такої уваги зі сторони суспільства, яке відповідало б її ролі в економічній діяльності. Одна з головних причин – відсутність правильно організованого статистичного обліку туристичної діяльності, коли економічні показники туризму «розчиняються» у даних других галузях народного господарства.

Показниками попиту на ринку туристських послуг виступають:

1. Число прибуттів туристів (зокрема по країнах мешкання, по видах розміщення і так далі) в абсолютному і відносному численні. Це найбільш поширений показник, використовуваний в практиці туристської діяльності.

2. Виїзд туристів. У міжнародному туризмі розрізняють країни-постачальники туристів (направляючі країни) і країни, що приймають туристів.

3. Нетто-інтенсивність туризму. Цей показник фіксує відсоток населення країни, що щорічно здійснює хоч би одну поїздку. При інтенсивності, що перевищує 50%, можна говорити про масовий туризм. У ФРН такий рівень досягнутий в 1970-і рр. Німці – сама мандрівна нація миру.

4. Брутто-інтенсивність туризму. Показник розраховується як відношення числа зроблених в досліджуваний період туристських поїздок до загальної чисельності населення.

5. Частка виїзду і в'їзду в національному туристському обороті. Мова йде про частку туристів, які виїжджають за рубіж, і туристів, які в'їжджають в країну, в їх загальному числі. Дисбаланс виїзного і в'їзного туризму

наносить економічний збиток за рахунок вивозу валюти. Наприклад, частка виїзду в національному туристському обороті Росії – 75%, частка в'їзду – 25%, на відпочинок за кордон виїжджає менше 1% населення Росії.

6. Показники туристських витрат: витрати на одного туриста, на один туродень, витрати по видах турпослуг, витрати на внутрішній і виїзний туризм. Наприклад, в США в 1998 р. витрати одного туриста в день склали 102 дол. В Європі кожен турист залишає в середньому тисячу доларів за поїздку.

7. Показники тривалості перебування в турцентру, країні, регіоні: кількість туроднів (розраховується як множення кількості туристів на середню тривалість перебування в днях), середня тривалість поїздок (число ночівель, поділене на кількість поїздок).

Показники пропозиції на ринку турпослуг:

1. Частка туризму у виробництві валового внутрішнього продукту та національного доходу. Показники характеризують, яку частку валового внутрішнього продукту (національного доходу) створює туріндустрія.

2. Доходи від туризму по країні, регіону, турцентру. Показник характеризує обсяг грошових надходжень від туризму.

3. Доходи від туризму на душу населення. Обчислюються як обсяг доходів, що доводиться на одного середньостатистичного жителя.

4. Показники розвитку матеріально-технічної бази туризму. Ця група показників характеризує кількість побудованих туристських об'єктів, що будуються, різні аспекти їх оснащення тощо.

5. Величина туристського обороту. Показник характеризує загальний обсяг роботи туристських підприємств: доходи плюс витрати.

6. Частка доходів від туризму в експорті країни. Характеризує внесок туріндустрії у виробництво товарів і послуг, що вивозяться з країни. На відміну від інших галузей експортні послуги туризму надаються туристам інших країн в країні перебування.

6. Валютні надходження від туризму.

8. Чисельність зайнятих в туризмі.

9. Кількість і структура підприємств, що надають турпослуги.

10. Кількість проданих турів.

Оцінка рівня розвитку туристичної індустрії може проводитися за методиками, які включають оцінку внутрішнього та зовнішнього середовища туристичної діяльності, що полягає у визначенні стану розвитку та чинників, які впливають на туристичну галузь, оцінку туристсько-рекреаційних ресурсів досліджуваної місцевості та ін.

Конкурентні позиції країни (регіону) на світовому, макрорегіональному та регіональному ринках забезпечуються самим внутрішнім середовищем туристичної діяльності.

Основною одиницею виміру рівня розвитку туристичної індустрії та рівня розвитку туристичної діяльності є турист як особа, що подорожує з різною метою терміном від 24 годин до одного року без здійснення оплачуваної діяльності і з зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін. У статистичному обліку туристи класифікуються за видами туризму (внутрішній, виїзний і в'їзний) і за віком (дитячий, підлітковий, молодіжний та інший "третій вік").

Рівень розвитку туризму в країні або регіоні виражається туристичними потоками. Туристичний потік – це постійне прибуття туристів у країну (регіон) або виїзд туристів за кордон за певний період часу.

До показників туристичного потоку відносяться:

- загальна кількість туристів, у тому числі організованих і самодіяльних;
- кількість туроднів, що розраховується за формулою:

$$ТД = Ч_{тур} \times t, \quad (3.1)$$

де ТД- кількість туроднів; $Ч_{тур}$ – чисельність туристів; t – середня тривалість перебування одного туриста в даній країні (регіоні), дні.

Визначення конкурентоспроможності туризму здійснюється за допомогою Індексу конкурентноспроможності туризму і подорожей (ІКТ), що розроблений фахівцями Всесвітнього Економічного Форуму (ВЕФ) для визначення рейтингів країн світу, окремих регіонів і секторів економіки щодо конкурентоспроможності. Всесвітній Економічний Форум за три роки (2007–

2009) підготував і опублікував три розгорнуті доповіді, що містять аналіз і рейтинги туристичної конкурентоспроможності 133 країн світу .

Середня тривалість перебування одного туриста у визначеному місці розраховується за середнім арифметичним.

Особливе значення для оцінки рівня розвитку туризму в країні або регіоні мають показники охоплення туризмом свого населення, які характеризують інтенсивність туристичних потоків. Ці показники виступають у двох видах: нетто- і бруutto-інтенсивність туристичних потоків.

Цей показник означає, яка частка (%) населення країни (регіону) або якої-небудь демографічної групи здійснила хоча б одну туристичну поїздку за рік, чи за інший період часу, наприклад сезон.

Показник інтенсивності бруutto (означає, скільки туристичних подорожей і припадає в середньому на одного жителя країни (регіону) за який-небудь період

Сезонність попиту на туристичні послуги викликає нерівномірність туристичних потоків, оцінка яких кількісно виражається різними коефіцієнтами. На практиці застосовується три способи розрахунків коефіцієнтів нерівномірності туристичних потоків.

При другому способі кількість туроднів за період з максимальним потоком туристів зіставляється з річною кількістю туроднів.

При третьому способі визначається, у скільки разів інтенсивність туристичних потоків протягом місяця з максимальним туристичним потоком перевищила середньомісячну інтенсивність туристичних потоків (середньомісячну кількість туроднів)

Крім показників, що характеризують туристичні потоки, розвиток туристичного бізнесу оцінюється макроекономічною та соціальною ефективністю. Такі показники ефективності туризму характеризують внесок туризму у створення робочих місць, у валовий внутрішній продукт (ВВП) і національний дохід країни. Вони виражають частку доходів від туризму в експорті та частку витрат на туризм в імпорті країни, охоплюють

мультиплікаційний ефект туризму, який впливає на соціально-культурний рівень населення.

До найважливіших показників оцінки туристичної діяльності суб'єктів підприємництва відносяться такі:

- кількість обслужених туристів та екскурсантів
- дохід від реалізації туристичних послуг;
- прибуток від туристичної діяльності;
- рентабельність туристичної діяльності.

Ефективність туристичної діяльності проявляється в мінімізації сукупних витрат і підвищенні прибутковості туристичних підприємств, а також в отриманні додаткових вигод суб'єктами підприємництва поза туристичною сферою діяльності.

Особливого значення набуває нині оцінка якості обслуговування туристів, побудована на основі таких вимог: комфортність перевезень та інших послуг; широта асортименту та рівень якості послуг на всьому шляху подорожування.

1.4. ДОПОМІЖНІ РОЗРАХУНКИ ТА ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В ТУРИЗМІ

Відповідно до рекомендацій Статистичної комісії ООН мультиплікативний ефект туризму більш ніж в 60 країнах світу оцінюється за допомогою сателітних рахунків, які дозволяють розрахувати частку туризму у ВВП, зайнятості, інвестицій, доходи бюджету. Сателітні рахунки представляють собою набір статистичних показників, які призначені для поглибленого вивчення будь-якої окремої економічної проблеми. Показники сателітних рахунків, як правило, методологічно узгоджені з іншими показниками системи національних рахунків, однак, при необхідності, допускаються деякі відхилення від загальних стандартних підходів, що стосуються в основному галузевих класифікацій, розширення меж статистичних вимірювань, Умовних поправок до стандартних макроекономічних показникам.

Сателітні рахунку туризму припускають поглиблене вивчення туризму як економічного феномена, розгляд його, перш за все, як джерело додаткового попиту на товари і послуги. Попит породжує додаткова пропозиція, тобто стимулює економічний ріст певних галузей (видів діяльності), характерних для туризму. Такі аспекти як стимулювання додаткових доходів держави, створення додаткових робочих місць, інвестиції також знаходять певне відображення в показниках сателітних рахунків туризму.

Роботою над побудовою сателітних рахунків туризму вже кілька років займаються багато національні статистичні служби й професійні інститути, пов'язані з туризмом, а також ООН, Всесвітня туристична організація (ВТО), Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), Євростат та інші організації. Ними розроблені й опубліковані рекомендації методологічного плану.

Сателітні рахунку туризму припускають розрахунок наступних специфічних макроекономічних агрегатів:

- додана вартість туристичної індустрії;
- туристська додана вартість;
- туристський валовий внутрішній (регіональний) продукт.

Перераховані агрегати забезпечують міжнародну порівнянність статистичних оцінок і є обов'язковими показниками статистики туризму. Додана вартість туристської індустрії характеризує додану вартість віднесених до туристської індустрії видів економічної діяльності, створену в результаті обслуговування споживачів. Туристська додана вартість складається з тієї частини доданої вартості туріндустрії, яка обумовлена туристським споживанням, і доданої вартості супутніх і неспецифічних видів діяльності, створеної в результаті обслуговування відвідувачів. Туристський валовий внутрішній (регіональний) продукт визначається як сума доданої вартості, створеної туристською індустрією та іншими видами діяльності, зайнятими обслуговуванням туристів, і податків на продукти та імпорт, включених в ринкову оцінку цього споживання.

Методологією сателітних рахунків рекомендується також проводити розрахунок додаткових макроекономічних показників:

- зайнятість, зумовлена туризмом;
- інвестиції в основні засоби (валове нагромадження);
- туристське колективне споживання (неринкові послуги уряду);
- сукупний туристський попит.

З цих показників тільки перший має достатню методологічне підкріплення, методологія розрахунку інших знаходиться в стадії формування.

Лідерами в розробці сателітних рахунків туризму є Канада та Норвегія, які змогли розробити та впровадити такі рахунки в практику статистичної діяльності, причому Канада представила перші результати на Міжнародній конференції зі статистики туризму в Оттаві в 1991 році. У ряді країн світу за рекомендацією Всесвітньої туристської організації зараз ведеться розробка сателітних рахунків туризму. Такі роботи розпочато Євростатом у 1997 році. Рекомендовано розробляти наступні сателітні рахунки туризму:

- 1) рахунок виробництва в туризмі;
- 2) попит на туристський продукт;
- 3) виробництво доданої вартості в туризмі;
- 4) зайнятість в туризмі;
- 5) характеристика відвідувачів;
- 6) інвестиції в туризмі;
- 7) основний капітал в туризмі та ін.

Побудова сателітних рахунків принципово змінює обсяг і структуру інформації, узагальнюється на рівні регіону (субрегіону), яка необхідна для формулювання цільових показників регіонального планування та управління. Показники сателітних рахунків дозволяють розрахувати мультиплікативний ефект розвитку індустрії туризму. Сутність теорії мультиплікатора полягає в підтвердженні того, що туристські витрати є не тільки результатом споживання послуг і товарів підприємств індустрії туризму, але самі

підприємства також споживають послуги і товари інших підприємств різних галузей, необхідні для виробництва.

У зарубіжній практиці виділяють три основних види туристського мультиплікатора. Перший вид мультиплікатора – економічний, найпростіший, він представляє собою мультиплікатор експорту, при якому економіка ділиться на два сектори – сектор експорту (який націлений на зовнішні ринки) і локальний сектор (який націлений на внутрішні чи місцеві ринки). Найбільш часто використовується в цій моделі економічної змінної є зайнятість. Зростання зайнятості в секторі експорту є стимулом до регіонального розширення, який потім веде до збільшення зайнятості у внутрішньому (місцевому) секторі за допомогою збільшення внутрішнього ринку і населення за рахунок імміграції. Таким чином, загальна зайнятість збільшується на більш ніж початковий приріст в зайнятості на зовнішньому ринку і мультиплікатор експорту являє собою відношення між загальним збільшенням у регіональній зайнятості і початковим збільшенням в секторі експорту. Застосування цієї моделі в туризмі означає необхідність проведення оцінки додаткової зайнятості за рахунок розвитку туризму.

Другим видом є мультиплікатор витрат (доходів). У цьому випадку економічної змінної є сукупний регіональний продукт або дохід, який визначається кінцевими витратами туристів на товари і послуги. Щодо туризму як експортної індустрії автономне зміна в кінцевих витратах буде слідувати від збільшеного кінцевого витрати туристів, який є еквівалентним (рівним) збільшенню експорту, або від збільшеного витрати на інвестиції, фінансовані за рахунок іншого регіону (іноземні інвестиції). Мультиплікатор представляє собою відношення між автономним збільшенням експорту і / або інвестицій і збільшенням регіонального продукту чи доходу. Цей множник розраховується у такій експортній індустрії як туризм, тому подібний мультиплікатору міжнародної торгівлі в макроекономіці.

Величина мультиплікатора залежить від сукупної величини граничної схильності споживання і граничної схильності імпорту. Імпорт являє собою так звану «витік» доходу регіону, і чим більше зміст імпорту у витратах, тим

менше мультиплікатор. Це дуже важливе зауваження, тому що регіональні кінцеві витрати в більшій пропорції йдуть на імпорт, ніж на національні товари. Крім того, регіональний імпорт надходить не тільки з-за кордону, але також з інших регіонів держави. Тому регіональний мультиплікатор витрат або доходу буде мати тенденцію бути відносно невеликим (трохи більше одиниці) через значення імпорту.

Третій вид впливу на регіон (витрати / випуск) представляє собою мультиплікатор виробництва, що є досить складним. Зростання кінцевих витрат туристів веде до збільшення активності і виробництва в галузі туризму, і це збільшення розподіляється між фактором доходу і витрати на проміжній ланці закупівель (вартість матеріалів і послуг, необхідних для виробництва, що виключає первинні закупівлі і працю). Ці проміжні ланки закупівель є виробництвом для інших галузей, деякі з яких знаходяться на території держави, а деякі за кордоном, тому виробництво підвищується. У свою чергу підвищення в продукції від цих галузей промисловості ділиться між фактором доходу і проміжним ланкою закупівель, таким чином, даючи подальший стимул для інших галузей, в яких можуть бути отримані аналогічні результати. Міжгалузовий процес передачі генерує мультиплікативний результат впливу, що знижується з кожним циклом процесу.

Розмір величини регіонального доданого (додаткового) мультиплікатора для кожної галузі залежить від ступеня, в якій міжгалузові ефекти передаються до регіональних галузям і до зовнішніх галузям (імпорту). Більш того, ступінь, до якої стимули передаються до імпорту менше величини доданого мультиплікатора. Якщо імпорт є відносно великим, то величина доданого множника не перевищить одиницю.

Всі три моделі припускають, що відносини мультиплікаторів постійні, збігаються сектора є статичними в своїх прогнозах. Крім того, мультиплікатори виробництва не враховують технологічне просування чи зміни у відносних цінах на витрати (як праця, так і проміжне ланка).

Для перших двох моделей припущення однорідності має на увазі, що не має значення, який специфічний вид економічної діяльності спочатку змінюється, кожен буде мати той же самий вплив. Для моделі експортної основи збільшення будь-якого виду експорту буде мати вплив даного множника. Для моделі витрати / доходи не має значення, чи збільшилися кінцеві витрати за рахунок інвестицій, експорту, чи уряду. Для моделі витрати / випуск припущення однорідності має на увазі те, що не має значення, який специфічний вид діяльності в межах даного сектора змінюється, при тому, що кожен сектор складається із сукупності різних видів діяльності. Однак величина мультиплікатора для кожного сектора різна.

Три моделі впливу можуть відрізнятися в значній мірі за значенням мультиплікатора. Мультиплікатор експортної основи є найбільш краще використовуються для відносно невеликого регіону, де у виробництві домінує єдина галузь, або в деяких випадках єдина фірма, яка займається експортом з регіону. Модель витрати / доходи може використовуватися для маленького або середнього розміру регіону, в залежності від придатності даних. Використання моделі мультиплікатора витрати / випуск та її оцінка відносного розміру та комплексності індустрії чи різноманітності регіонального зростання є дорогими і трудомісткими.

Індекс конкурентоспроможності туризму і подорожей (ІКТ), розроблений фахівцями Всесвітнього Економічного Форуму (ВЕФ) для визначення рейтингів країн світу, окремих регіонів і секторів економіки щодо конкурентоспроможності. Всесвітній Економічний Форум за три роки (2007–2009) підготував і опублікував три розгорнуті доповіді, що містять аналіз і рейтинги туристичної конкурентоспроможності 133 країн світу [67].

Під час складання рейтингу використовуються два джерела інформації. Перше джерело – оглядова інформація – формується за результатами опитів представників топ-менеджмента в оцінюваних країнах (наприклад, у 2009 році в них взяли участь більше 11 тисяч керівників компаній з усього світу).

Опити дозволяють оцінити такі чинники, як практика управління, трудові стосунки, корупція, стан навколишнього середовища і якість життя й ін.

Друге джерело – це фактичні дані, набір перевіреної статистичної інформації, отриманої від національних служб статистики і спеціальних досліджень, які проводяться міжнародними організаціями (огляди Міжнародного Валютного Фонду, Всесвітнього Банку, Всесвітнього Економічного Форуму та інших).

Субіндекси і складові Індексу Конкурентоспроможності Туризму (ІКТ):

А. Законодавча база туризму

- 1. Політичні норми і правила*
- 2. Екологічні можливості*
- 3. Безпека і захищеність*
- 4. Здоров'я і гігієна*
- 5. Пріоритетність туризму*

В. Умови бізнесу і інфраструктура туризму

- 6. Інфраструктура авіатранспорту*
- 7. Наземна транспортна інфраструктура*
- 8. Інфраструктура туризму*
- 9. Інфраструктура зв'язку*
- 10. Цінова конкурентоспроможність туристської індустрії*

С. Людські, культурні і природні ресурси туризму

- 11. Людські ресурси*
- 12. Схильність до туризму*
- 13. Природні ресурси*
- 14. Культурні ресурси*

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ РІВЕНЬ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ПО КРАЇНАХ

2.1. ЕКОНОМІКА ТУРИЗМУ НА КІПРІ

Туристична індустрія традиційно залишається однією з найбільш прибуткових галузей кіпрської економіки, в якій зайнятий найбільший відсоток працездатного населення країни. Негативні тенденції зниження кількості іноземних туристів, якості послуг, при одночасному зростанні їх вартості, спостерігаються протягом останніх років, досить сильні. Спільними зусиллями уряду, кіпрської організації туризм (КОТ), асоціації кіпрських туристичних агентств (АКТА) та інших галузевих об'єктів за минулий рік вдалося трохи ослабити гостроту проблем у туристичному комплексі країни, проте до перелому ще дуже далеко.

Таблиця 2.1

Загальна характеристика туристичної галузі на Кіпрі в 2010-2020 рр.

<i>Kinp</i>	<i>2010</i>			<i>2020</i>		
	Сума в (млн. євро)	% від загальної кількості	Ріст	Сума в (млн. євро)	% від загальної кількості	Ріст
Індивідуальний туризм	630,8	4,1	6,33	910,6	10,6	3,8
Діловий туризм	654,2	3,3	0,7	879,8	3,4	2,9
Урядові витрати	146,8	11,3	0,7	251,3	11,6	3,1
Капіталовкладення	262,6	7,0	9,3	446,5	8,6	5,5
Експорт відвідувачів	2202,2	26,5	9,3	3547,8	25,4	4,9
Інший експорт	137,8	2,4	2,7	118,4	0,8	5,1
Попит	1583,4	15,4	0,8	3159,3	17,3	4,7
ВВП індустрії туризму	1103,2	6,0	7,4	1754,9	6,9	4,8
ВВП економіки туризму	3339,8	18,2	6,1	5196,5	20,3	4,5
Пряма зайнятість в індустрії туризму	27,0	6,9	6,6	33,0	8,1	2,1
Повна зайнятість в економіці туризму	77,0	19,6	5,5	92,0	22,5	1,8

Джепело: www.wttc.org/ The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009 ©
2009 World Economic Forum [17]

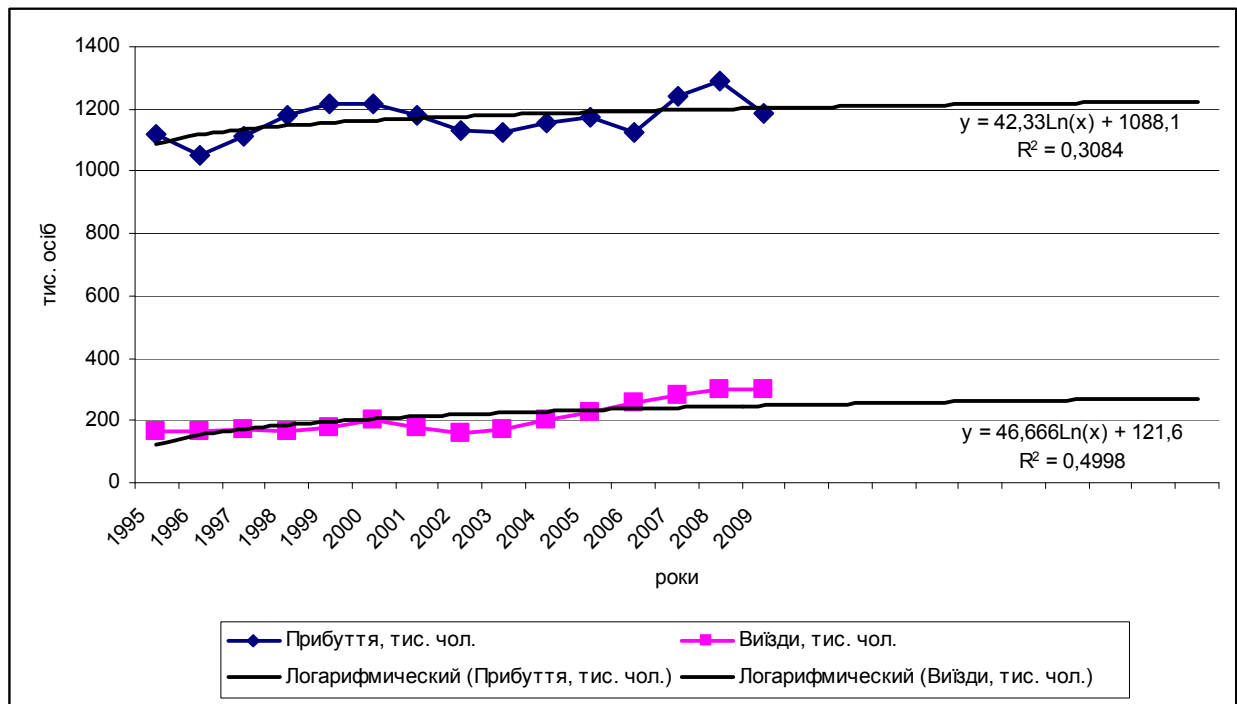


Рис. 2. Динаміка туристичного потоку на Кіпрі

За оцінкою голови Асоціації готелів Кіпра Х. Луїзідіса, «аналогічні послуги (як на Кіпрі) за такі ж гроші пропонують більше 100 держав». Необхідність невідкладної модернізації національного «туристичного турпродукту» визнають всі без виключення, хто пов'язаний з даним сектором кіпрської економіки, включаючи вище політичне керівництво країни.

Зважаючи на острівне положення країни абсолютна більшість туристів потрапляє на Кіпр, використовуючи повітряний вид транспорту. Високі аеропортні збори і обмежений вибір авіакомпаній є головним стримуючим фактором на шляху збільшення туристичного пасажиропотоку на Кіпр. Діючи в країні ціни по аеропортним зборам вже обійшли показники таких держав як Іспанія, Туреччина, Єгипет і Марокко, що відображається на вартості квитків

Програма, за якою кіпрська влада виділила 18 млн. євро, почала функціонувати з 2009 р.. і по ідеї повинна сприяти появі на місцевому ринку більшого числа авіакомпаній і зниження вартості на їхні послуги.

Аналіз ситуації з точки зору останніх 6-7 років свідчить про затяжну кризу, в якій перебуває сектор кіпрської економіки, він забезпечував на рубежі 2000-01 рр. до 20% ВВП країни.

Число іноземних туристів, які відвідують Кіпр і зупиняються у власних будинках (квартирах) досягло історичного максимуму в 138 тис. осіб. Середній відсоток заповнюваності кіпрських готелів, апартаментів, квартир, тобто місць розміщення туристів усіх категорій, склав у 2010 р. 41%. У рекордний для галузі 2001 р. ця цифра коливалася на рівні 65%.

Вартість відпочинку на Кіпрі за багатьма показниками вже зрівнювалася з такими державами як Іспанія, Італія і Греція при тому, що якість та різноманітність надаваних ними послуг об'єктивно переважає можливості острова.

За співвідношенням «ціна-якість» відпочинок на Кіпрі все більш програє в конкурентоспроможності іншим туристичним напрямками. Відповідно даним дослідження, проведеного центром з вивчення економіки Університету Кіпру, 49% туристів, теоретично готові приїхати на острів повторно. Однак за умови подальшого зростання вартості відпочинку цей показник знижується до 28%. Для поліпшення ситуації уряд Республіки Кіпр має прийняти ряд заходів.

У 2010 р. туристичний сектор продовжував розвиватися (зростання 7,6%), але вже з меншим прискоренням (зростання в 2009р. – 11,2%) і приніс 380 млн. дол. чистого прибутку, що на 25% більше, ніж у 2006 р. (305 млн. дол.). У 2008 і 2007 рр. доходи від туризму дорівнювали, відповідно, 290 і 330 млн. дол.

Число іноземних туристів, що приїхали до Кіпру безпосередньо через аеропорт Ерджан (Тімбу) або морські порти в Кіренії і Фамагусте, в 2010 р. становило 156 тис. чол., що більше, ніж у 2009р. (143 тис.), але менше аналогічних показників 2007 і 2008 рр.

При відносно невеликому зростанні числа реально функціонуючих готелів з 116 (2006 р.) до 118 (червень 2010 р.), помітно збільшилася їх загальна місткість. З урахуванням же побудованих, але з різних причин не працюючих, на Кіпрі налічується 130 готелів, 23 з яких мають вищі категорії класифікації (11 об'єктів – «5 зірок», 12 – «4 зірки »).

У зв'язку з фактичним зниженням в порівнянні з рівнем 2-3 річної давності припливу туристів, заповнюваність готельної мережі зменшилася з 41% в 2006р. до 33,5% та 32,5% в 2008 і 2009р.р., відповідно зменшилася й кількість іноземців, що зупиняються в турко-кіпрських готелях: 2006р. – 113 тис. чол., 2009 р. – 106 тис.

У «ТРПК» діють 20 казино та 37 нічних клубів, які, за визнанням самих же турків-кіпріотів, є одним з основних привабливих чинників для іноземних туристів і відвідувачі яких часто складають основну частину постояльців готелів на півночі острова. Середня завантаженість казино готелів у 2010 р. склала 47,1%, для готелів без гральних закладів цей показник був рівний 28,6%.

Керівництво турко-кіпрської громади передбачає подальше збільшення місткості туристичних об'єктів і доведення її в 2011 р. до 20 тис. місць за рахунок спорудження нових готелів і реконструкції старих. Будівництвом туристичних комплексів на півночі Кіпру займаються в основному приватні компанії з Туреччини, Великобританії та Ізраїлю.

Таблиця 2.2

Доходи Республіки Кіпр від турбізнесу, в млн. дол.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Січень	64,213	54,067	59,529	56,504	24,9	21,6	25,6
Лютий	83,568	71,950	77,972	75,705	29,1	28,9	31,4
Березень	137,577	138,625	91,634	111,945	49,7	59,1	37,8
Квітень	237,228	180,481	169,891	191,251	89,9	77,0	67,1
Травень	324,901	279,070	231,527	261,646	139,1	119,5	92,5
Червень	322,835	293,192	262,100	264,799	157,4	139,3	114,8
Липень	373,385	327,404	318,143	305,978	192,0	160,7	152,4
Серпень	371,536	301,724	325,390	305,926	205,0	153,8	165,3
Вересень	329,400	306,731	287,358	303,506	176,3	157,4	134,1
Жовтень	269,744	275,840	271,980	278,976	130,2	128,0	112,4
Листопад	107,454	111,327	123,800	114,048	48,8	51,4	48,7
Грудень	74,887	77,822	83,919	78,723	29,2	35,6	32,9

Джерело: Департамент статистики Республіки Кіпр на 17 грудня 2010 р. [43]

Традиційно основний потік туристів приходить на Кіпр з Великобританії, в 2009 р. кількість британських туристів зменшилася на 1,05% у порівняно з 2008 р. і склало 1,33 млн. Друге місце утримує

Німеччина, потік туристів з цієї країни значно збільшився в 2008 р. після 3 років зниження – на 25%. Греція займає третю позицію, кількість прибулих з цієї країни збільшилася на 21%.

До цих пір зберігається тенденція на зниження потоку туристів зі скандинавських країн, з Норвегії та Швеції відповідно на 3% і 9%, хоча кількість прибулих данців збільшилася на 6%. Жителі континентальної Європи також віддають перевагу Кіпру як найбільш безпечному місцю для відпочинку, тому показники Франції, Швейцарії та Австрії демонструють збільшення відповідно на 48%, 10% і 10,6%, а кількість італійських і іспанських туристів різко зросла в 2009 р. – на 54% і 90%.

Протягом декількох років Росія займала міцні позиції як постачальник туристів на Кіпр, проте кількість відпочиваючих у 2009 р. росіян зменшилася на 20% – 83 тис. росіян за порівняно з 120 тис. у 2008 р. що пояснюється введенням візового режиму з 1 січня. 2009 р.

Прогнози уряду Кіпру щодо туристичної галузі залишаються оптимістичними, і своїм головним завданням у 2011 р. він бачить підвищення конкурентоспроможності по відношенню до дешевших місць відпочинку.

Згідно за явищам керівництва Кіпрської туристичної організації (КТО), введення в дію семирічного плану, що має на меті відновлення кіпрської туристичної галузі, захистить її від світової конкуренції і допоможе виграти в конкурентній боротьбі з іншими середземноморськими напрямками, такими як Єгипет, Туніс, Марокко, Хорватія, Туреччина.

За даними статистики Кіпр опинився на 11 місці у щорічній таблиці конкурентоспроможності, дані на яку були зібрані в 20 країнах Всесвітньою радою з туризму та подорожей (WTTC). Кіпр є більш дорогим місцем відпочинку, ніж його сусіди, в деяких випадках на 35%. Проте Кіпр став більш конкурентоспроможним, ніж Греція, Іспанія і Ліван. При цьому оцінки WTTC аналізують такі чинники, як вартість готелів, податки та ціни на товари і послуги.

За даними CUSTAT також відзначається зростання ВВП. «Темп зростання ВВП у реальному обчисленні на другий квартал 2010 оцінено в 0,5% в порівнянні з другим кварталом 2009 року (-1,8%)»

Таблиця 2.3.

Перспективи зміни туристичних показників до 2020 року

ВВП Прямой промисловості	4.8%
Зайнятість в прямій індустрії	4.5%
ВВП економіки	2.1%
Економіка зайнятості	1.8%
Попит подорожей та туризму	4.9%
Показники експорту відвідувачів	5.5%
Капіталовкладення	1.6%
Витрати уряду	3.1%

Джерело: *www.wttc.org/ The Travel & Tourism Competitiveness Report 2010© 2009 World Economic Forum [17]*

Практичне втілення розробленого КОТ ще в 2006 р. «Стратегічного плану розвитку туризму до 2012 р. » просувається. В основу стратегії покладено тезу, щоб намагатися поліпшити зростання рівня прибутковості галузі варто в першу чергу шляхом залучення на острів більшої кількості заможних туристів.

Вирішено розвивати інфраструктури для гольфу, а також на порядок розширити можливості по прийому яхт, в т.ч. океанського класу. Схвалена в 2006р. урядом Кіпру програма передбачає зведення у п'яти найбільших курортах південній частині острова (Пафос, Ларнака, Лімасол, Айя_Напа і Параліміні) відповідних гаваней з причалами і стоянками, розрахованих на одноразовий прийом до 4 тис. яхт і катерів всіх класів.

Якщо реалізація даних проєктів просувається успішно, що багато в чому пояснюється участю в них приватних інвесторів, то виконання самої трудомісткої частини плану, а саме закриття готелів і пансіонів низького рівня, покликане зменшити кількість зношених і застарілих місць розміщення туристів, йде успішно.

Показники конкурентоспроможності Кіпру

Показник	Місце (з 133 країн)	24	4,9
(2010) Індекс	17	21	4,9
(2009) Індекс	16	23	5,3
Нормативно-правова база туризму	45	79	4,3
Політика норм і правил	52	51	4,8
Забезпечення екологічної стійкості	39	26	5,7
Охорона та безпека	18	43	5,6
Здоров'я і гігієна	14	6	6,2
Пріоритети туризму	7	14	5,1
Бізнес-середовище туризму	22	21	4,7
Інфраструктура повітряного транспорту	46	20	5,3
Інфраструктура наземного транспорту	57	1	7,0
Туристична інфраструктура	19	31	4,6
Цінова конкурентоспроможність туристичної галузі	128	109	4,2
Людські ресурси	28	44	4,2
Освіта та професійна підготовка	30	24	5,5
Наявність кваліфікованої робочої сили	45	24	5,5
Природні ресурси	56	21	5,4
Культурні ресурси	17	11	5,7

2.2. МАЛЬТА

Міжнародний туризм – важливе джерело валютних доходів країни. Близько 1,2 млн. чоловік приїжджають на Мальту заради чистого теплого моря з піщаними пляжами, численних історичних та архітектурних пам'яток різних епох.

Республіка Мальта – це країна цілорічного туризму. Не дивлячись на те, що більшість мандрівників приїжджає влітку (з червня по серпень Мальту відвідують близько 40% усіх туристів), в інші пори роки Мальта теж не позбавлена бажаючих побачити її надзвичайну красу. Близько 15% туристів приїжджають до Мальти взимку, а восени та весною їхня кількість

збільшується до 25% та 20% відповідно. Тому й більшість готелів працюють цілий рік.

Більшу частку іноземних туристів, що приїжджають до Мальти, складають англіїці (42,8%). Також часто відвідують острови німці (13,1%) та італійці (10,3%).

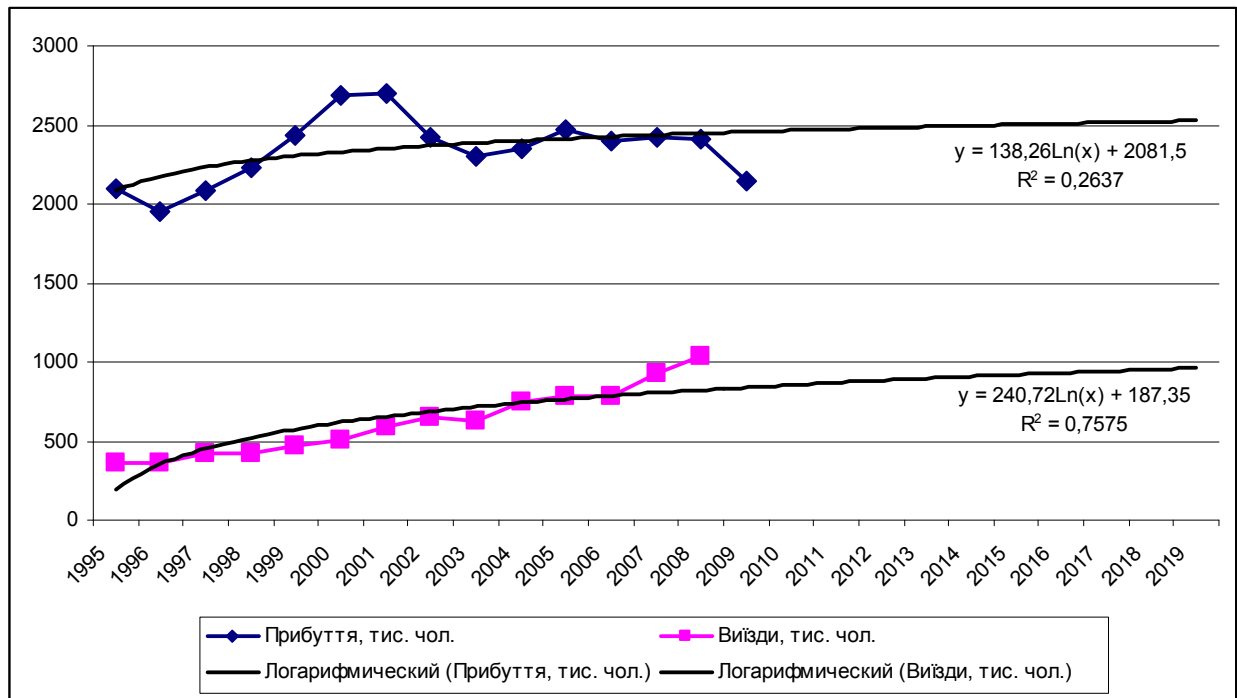


Рис. 2. Динаміка туристичного потоку на Мальті

Всесвітній Економічний Форум опублікував дослідження «Travel and Tourism Competitiveness Report», яке, по суті, є рейтингом країн з позицій їх привабливості та конкурентоспроможності як туристичного напрямку. У дослідженні враховувалися 124 країн, і Мальта зайняла в ньому 26-е місце.

Рейтинг країн будувався на оцінюванні 1913 ключових характеристик і виведенні підсумкового коефіцієнта. У розрахунок бралися такі характеристики кожної країни, як її політичний устрій, екологія, безпека, відповідність санітарним нормам, роль туризму в економіці, ступінь розвитку авіасполучення і громадського транспорту, стан туристичної інфраструктури, конкурентоспроможні ціни, і т.п.

Рейтинг Мальти за цією шкалою складає 4.96 пунктів (для порівняння, рейтинг Росії 4.03 пункту і 68-е місце, України – 3.89 пунктів і 78-е місце, а рейтинг лідера списку, Швейцарії – 5.66 пунктів).

Перспективи зміни туристичних показників до 2020 року

ВВП Прямой промисловості	5.5%
Зайнятість в прямій індустрії - до 1,244 млн. євро в 2020 році	3.0% до 29,277 роб. місць в 2020 році
ВВП економіки - до 2,262 млн. євро в 2020	4.6%
Економіка зайнятості - до 48,000 роб. місць в 2020 році	6.0%
Попит подорожей та туризму	4.7%
Показники експорту відвідувачів - до 3,159 млн. євро в 2020	6.0% до 1,743 млн. євро
Капіталовкладення	1.6%
Витрати уряду - до 355 млн. євро	3.1% до 251 млн. євро

Джерело: www.wttc.org/ The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009 © 2009 World Economic Forum [17]

Судячи зі звіту, Мальта добре проявила себе в наступних категоріях:

- наявність і доступність перевіреної чистої питної води – 1-е місце (з 124 країн). На Мальті п'ють тільки воду в пляшках, яка продається скрізь і коштує дуже недорого.
- можливість взяти машину напрокат – 1-е місце. На Мальті, дійсно, дуже багато компаній, що пропонують послуги оренди автомобіля.
- кількість номерів у готелях – 2-е місце.
- рівень поширення інтернету – третє місце.
- рівень витрат на турсектор, передбачений в бюджеті – 6-е місце.
- небезпека зараження туберкульозом – 7-е місце.

Зате дослідники Всесвітнього Економічного Форуму занизили Мальті оцінку через гіршу, ніж у конкурентів, екологію, проблем з пасажирськими авіап перевезеннями, незадовільним станом системи громадського транспорту, дорожнечою споживчих цін. Крім цього, низькі рейтинги країна отримала також за незадовільний стан доріг, високі аеропортові збори.

У рейтингу Мальту випереджають багато її середземноморські конкуренти, наприклад, Іспанія (15-е місце), Кіпр (20-е місце), Греція (24-е

місце), зате Італія (33-е місце) і Хорватія (38-е місце) відстають. З популярних серед росіян вище Мальти в списку стоять Об'єднані Арабські Емірати (18-е місце), зате Туреччина (52-е місце), Єгипет (58-е місце) і Туніс (34-е місце) програють їй.

Таблиця 2.6.

Показники конкурентоспроможності Мальти

Показник	Місце (з 133 країн)
(2009) Індекс	29
(2008) Індекс	25
Нормативно-правова база туризму	11
Політика норм і правил	54
Забезпечення екологічної стійкості	66
Охорона та безпека	11
Здоров'я і гігієна	3
Пріоритети туризму	16
Бізнес-середовище туризму	31
Інфраструктура повітряного транспорту	22
Інфраструктура наземного транспорту	27
Туристична інфраструктура	22
Цінова конкурентоспроможність туристичної галузі	122
Людські ресурси	37
Освіта та професійна підготовка	37
Наявність кваліфікованої робочої сили	35
Природні ресурси	133
Культурні ресурси	35

Джерело: <http://weforum.org> – *World economic forum* [16]

Офіційні статистичні дані туризму (Tourstat) показують, що вхідний туризм на Мальту в лютому 2010 року збільшився на 3,6% в порівнянні з відповідним місяцем 2009 року, що вже стало обнадійливим фактором зростання туризму на Мальту і того, що туристи знову цікавляться Мальтою.

До того ж, значно збільшилися показники вхідного туризму на Мальту на 7% за перші два місяці 2010 в порівнянні з аналогічним періодом минулого року. Кількість прибулих туристів на Мальту (110025 туристів) за

січень і лютий 2010 збільшилося на 7% головним чином за рахунок збільшення кількості туристів з Італії, Іспанії і Великобританії.

Туристи також витратили на Мальті € 79.1 мільйони за перші 2 місяці 2010 року, що більше на 11% у порівнянні з аналогічним періодом минулого року. На одного туриста витрати склали € 729, що також на 3% вище за показник за січень-лютий 2010 року.

Таблиця 2.7.

Загальна характеристика туристичної галузі на Мальті в 2010-2020 рр.

Мальта	2010			2020		
	Сума в (млн. євро)	% від загальної кількості	Ріст	Сума в (млн. євро)	% від загальної кількості	Ріст
Індивідуальний туризм	305,1	8,0	7,3	610,6	10,6	4,8
Діловий туризм	74,6	1,3	-4,4	120,6	1,2	2,6
Урядові витрати	146,8	11,3	0,7	251,3	11,6	3,1
Капіталовкладення	242,1	22,2	-8,5	355,0	21,7	1,6
Експорт відвідувачів	777,0	19,7	2,0	1743,4	17,9	6,0
Інший експорт	37,8	1,0	1,7	78,4	0,8	5,1
Попит	1583,4	15,4	0,8	3159,3	17,3	4,7
ВВП індустрії туризму	580,1	9,8	0,7	1244,1	12,6	5,5
ВВП економіки туризму	1151,4	19,4	-1,2	2269,5	23,0	4,6
Пряма зайнятість в індустрії туризму	21,8	13,7	-0,1	29,3	17,6	3,0
Повна зайнятість в економіці туризму	37,8	23,7	-1,4	47,9	28,9	2,4

Джерело: www.wttc.org/ The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009 © 2009 World Economic Forum [17]

До речі, згідно з даними офісу статистики Мальти, 43998 туристів побували на Мальті безпосередньо для відпочинку, і решта 6334 приїжджали на Мальту для ділових цілей. У цілому, 84% туристів проживали в готелях і тільки 16% туристів скористалися послугами приватного сектору. До відома, показник кількості діб у громадському секторі за лютий майже не змінився в порівнянні з минулим роком, але зменшилася кількість діб в приватному секторі. Середній показник самого довгого перебування туристів на Мальті склав приблизно 8 ночей, але варто відзначити, що даний статистичний показник зменшився на 0,7 ніч. в порівнянні з лютим 2010 року.

Більшість туристів, що прибувають прибули на Мальту з держав ЄС: Італія, Іспанія і Великобританія, які склали основну кількість туристів або 88% загальної кількості прибулих туристів на мальтійські острови, в т.ч., було зареєстровано 19 315 італійських туристів, показник збільшився на 4794 туриста з Італії за відповідний місяць минулого року.

Кількість прибулих туристів на Мальту в лютому з країн, що не входять в ЄС, склали 6333 людини. У перший раз Мальту відвідали більшість туристів, що прибувають, приблизно 62% від загальної кількості.

Зусилля державної туристичної політики, спрямовані на створення туристичного іміджу країни, його закріплення та реалізація маркетингових програм задля посилення конкурентних позицій національного туристичного ринку стимулюють формування нових туристичних потоків і входження країни до світового процесу.

2.3. ЧОРНОГОРІЯ

Чорногорія – туристична країна, і основна частина її готельної інфраструктури розташована на узбережжі Адріатики і в Которській затоці. Висока конкуренція диктує помірний рівень цін на розміщення. У внутрішніх ж районах країни ситуація інша. Міста Подгоріца, Нікшич, Плевля та інші серйозно обмежені в плані розміщення. Ціни на наявні готелі високі (від 50 євро за двомісний номер), рівень низький, а вибір відсутній.

Однією з найбільш пріоритетних та перспективних галузей економіки Чорногорії є туризм, однак його розвиток на сучасному етапі стримується дефіцитом фінансових коштів, браком кваліфікованого персоналу, невідповідністю між якісними характеристиками і обсягом наданих послуг, з одного боку, і особливостями попиту на них – з іншого. Галузь пережила істотний спад: число діб вітчизняних та іноземних туристів скоротилася з майже 11 млн. в середньому за рік у 80-х роках до 3,8 млн. у 2002 р. Становище ускладнюється тією обставиною, що попит на послуги розглянутого типу з боку сербських і чорногорських рекреантів різко зростає

протягом 6 тижнів у сезон "пік", причому спостерігається його значна концентрація в найдешевшому секторі розміщення.

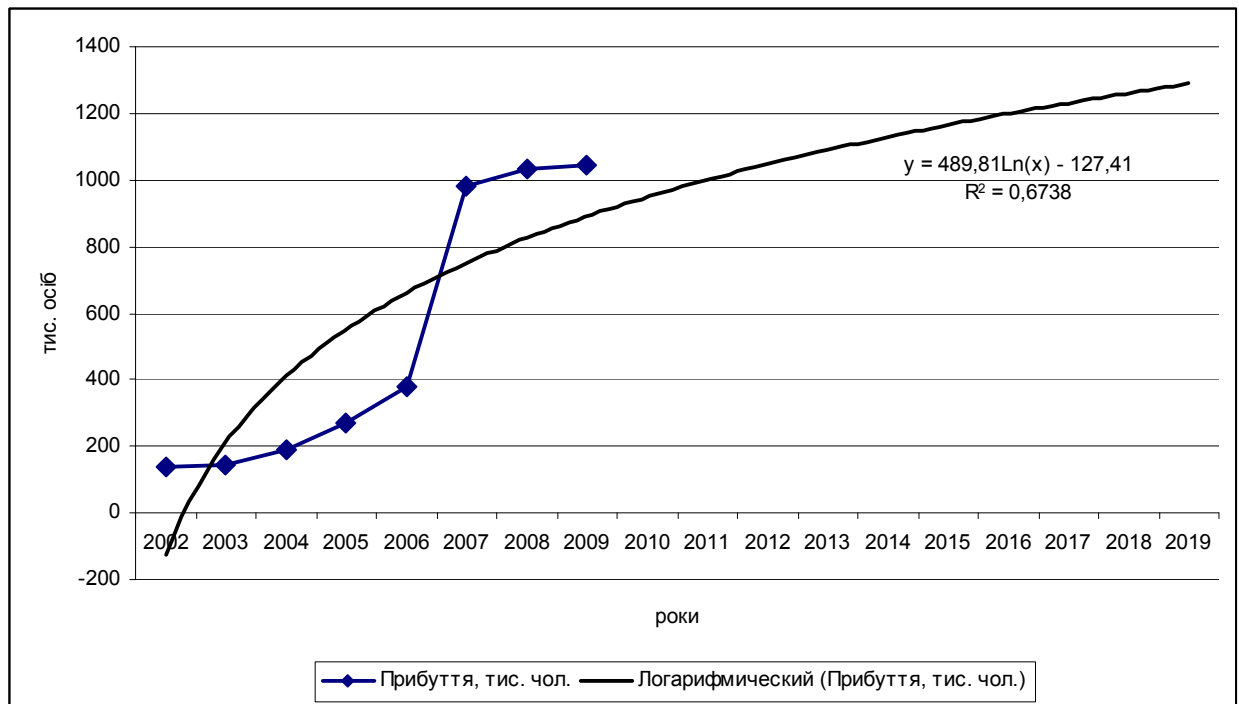


Рис. 2. Динаміка туристичного потоку в Чорногорії

Для готельної справи в Чорногорії характерні низький рівень заробітної плати, невисока протягом року ступінь використання ліжко-місць, поганий стан рекреаційної інфраструктури. Лише 1–3 тис. готельних ліжко-місць з 26 тис. наявних у готівці задовольняють вимоги іноземних гостей.

З 83 тис. ліжко-місць 36 тис. (27,5%) припадає на готельні (у тому числі 19 тис. на належать до категорії "В" або двозіркові), 15 тис. – на розташовані в кемпінгах з мінімальним набором послуг і близько 14,5 тис. – у зареєстрованому приватному секторі.

Додатковою проблемою для туристичного сектора Чорногорії є існування так званого чорного ринку, який не дає податкових надходжень в казну, але функціонування якого тягне зростання державних витрат (на електро- та водопостачання, відведення стічних вод, вивіз сміття). Істотні труднощі створює нелегальне будівництво, яке часто веде до погіршення стану навколишнього середовища.Dodatkowoю проблемою є слабкий інтерес

інвесторів до вкладень в чорногорський туризм через відсутність повної ясності в питанні про власність на землю та пільги інвесторам.

На період до 2020 р поставлена мета перетворити Чорногорію в район високоякісних туристичних послуг, який не поступається у цьому відношенні в літню пору року іспанській Мальорці, а в зимові місяці орієнтований переважно на надання якісних спеціальних послуг. До 2012 р планується збільшити кількість ліжко-місць у готелях до 50 тис., а до 2020 р – до 100 тис.

Таблиця 2.8.

Загальна характеристика туристичної галузі в Чорногорії в 2010-2020 рр.

Чорногорія	2010			2020		
	Сума в (млн. євро)	% від загальної кількості	Ріст	Сума в (млн. євро)	% від загальної кількості	Ріст
Індивідуальний туризм	118,6	4,9	2,5	328,4	9,8	7,0
Діловий туризм	77,2	1,3	2,3	119,3	1,1	2,8
Урядові витрати	134,0	3,9	3,0	197,9	3,7	4,0
Капіталовкладення	192,1	33,4	0,2	876,4	50,8	16,4
Експорт відвідувачів	633,8	44,8	14,0	1588,8	46,3	9,4
Інший експорт	16,2	17,0	4,4	10,9	0,8	-5,1
Попит	1090,4	15,4	0,8	2159,3	17,3	4,7
ВВП індустрії туризму	278,3	8,1	16,2	782,1	14,8	10,9
ВВП економіки туризму	593,8	17,2	12,1	1915,1	36,3	12,4
Пряма зайнятість в індустрії туризму	21,8	13,7	-0,1	29,3	17,6	3,0
Повна зайнятість в економіці туризму	37,8	23,7	-1,4	47,9	28,9	2,4

Джерело: www.wttc.org/ The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009 © 2009 World Economic Forum [17]

В даний час туризм займає у ВВП Чорногорії одне з провідних місць, але не від рівня свого розвитку, а з-за занепаду інших галузей економіки. Від привабливості та конкурентоспроможності рекреаційної індустрії Чорногорії залежить не тільки можливість працевлаштування значної частини місцевого населення, але і загальноекономічний прогрес Чорногорії. Однак поки що в

даному секторі склалося досить складне становище: готелі знаходяться в поганому стані, мають застаріле обладнання, не відрізняються високою рентабельністю через низький ступінь використання потужностей, короткого сезону, низьких цін на послуги, що надаються, незначного потоку гостей із Західної Європи, недостатньо високих витрат туристів з Сербії, Чорногорії і Росії, нерозвиненості супутньої інфраструктури, відсутності в Чорногорії власного іміджу (довгі роки вона була складовою частиною системи "дешевого масового туризму колишньої Югославії"). Проте з 2001 р становище почало змінюватися на краще.

Таблиця 2.9.

Перспективи зміни туристичних показників до 2020 року

ВВП Прямой промисловості	10.9%
Зайнятість в прямій індустрії	12.4%
ВВП економіки	8.0%
Економіка зайнятості	9.4%
Попит подорожей та туризму	9.4%
Показники експорту відвідувачів	6.0%
Капіталовкладення	7.6%
Витрати уряду	16.4%

Джерело: *www.wttc.org/ The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009 © 2009 World Economic Forum [17]*

Передумови для зміцнення розглянутої галузі на території Чорногорії дуже сприятливі. У відносно невеликому районі виділяться п'ять взаємопов'язаних підрайонів:

1. по-перш Улціньський піщаний пляж,
2. по-друге, унікальна в Середземномор'ї Которська бухта,
3. по-третє, гористий берег між Тівтатом і Улцинь з численними затоками і галькової береговою лінією,
4. по-четверте, унікальне за своїми характеристиками Скадарське озеро
5. по-п'яте, гористий "хінтерландом".

Збільшення готельних потужностей створює базу для чартерного туризму, що охоплює весь ринок. Підвищення комфортабельності готелів у

поєднанні з модернізацією супутньої інфраструктури та зростанням числа розважальних закладів сприятиме продовженню літнього туристичного сезону до 150 – 165 днів з максимальним використанням всіх готельних потужностей, А також збільшення частки діб в готелях у загальному числі діб туристів на території Чорногорії до 57% в 2010 р. і 78% в 2020 р.

Стратегічна мета полягає в доведенні числа діб до 11,4 млн. в 2010 р. і 20900 тисяч. в 2020 р Частка діб в житловому фонді місцевого населення залишиться незмінною, в кемпінгах – трохи знизиться, в інших місцях тимчасового перебування – сильно скоротиться.

Планування розвитку туризму в Чорногорії відбувається за двома основними напрямками: надання рекреаційних послуг, по-перше, для громадян країн, які постали на місці колишньої СФРЮ, і, по-друге, для громадян Західної, Центральної та Північної Європи. Збільшення доходів від обслуговування одного туриста в короткостроковій перспективі можна очікувати в основному за другим напрямом. Попит з боку громадян східноєвропейських країн спочатку буде незначним і багато в чому визначатися ціновим фактором. Тільки з підвищенням рівня добробуту очікується зростання прибуттів гостей з цього регіону. Виходячи з цих умов, Чорногорія запропонує два сценарії з точки зору цін: більш доступні послуги для вітчизняних та східноєвропейських туристів. Основна ставка робиться на вже існуючі потужності, які не потрібно розширювати, але необхідно послідовно покращувати і робити більш дорогими. По завершенні перехідного періоду ці потужності через зниження попиту піддадуться часткового демонтажу і перетворенню в комплекси, статус можливо підвищувати.

Подання про інтенсивність туристських потоків в Чорногорії в недавньому минулому дає наведена нижче статистика:

Кількість туристів, які приїхали відпочивати на першотравневі свята, в порівнянні з минулим роком зросла на 14%, що майже на всьому узбережжі всі готелі розпродані до кінця вересня, так що попереду відмінний сезон.

Інтенсивність туристських потоків

	2008	2009	2010
<i>Кількість прибуттів туристів</i>	448185	555040	54199
<i>Кількість виїздів туристів із Чорногорії</i>	911553	758577	646507

За підрахунками Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC), в наступному десятилітті Чорногорія стане світовим лідером за таким показником, як зростання частки туризму у ВВП країни. Це зростання, на думку аналітиків, досягне 12,4% на рік.

До 2021 р. реально щорічне зростання туристичного господарства в чорногорському ВВП складе 10,9%.

За таким показником, як внесок туристичних відвідувань у ВВП країни, Чорногорія зайняла 2-е місце в прогнозі WTTC. Як вважають експерти, цей показник складе 9,4% на рік.

У цьому році Чорногорію відвідають 1 млн 120 тис. туристів, а бюджет виручить 633 800 000 євро.

Завдяки туризму в наступні десять років в Чорногорії будуть відкриті 25 тис. нових робочих місць.

У Чорногорії передбачені заходи для розвитку супутньої транспортної інфраструктури. Для туристів з Центральної, Північної та Східної Європи Чорногорія з-за своєї відносної віддаленості потрапляє в першу зону чартерного туризму. Чартер-мережа передбачає наявність певних засобів розміщення, віддалених від цільового аеропорту на відстань, долає автобусом за 1 – 2 год, тому ефективний чартерний туризм може початися в скільки-небудь значному обсязі тільки після оновлення та додаткового будівництва готельних потужностей.

Обидва міжнародні аеропорти Чорногорії – в Подгориці і Тиват – технічно відповідають основним вимогам, але з урахуванням необхідності обслуговування нових потоків туристів доцільна їх модернізація і розширення.

У найближчій і середньостроковій перспективі пропонується зосередити увагу на трьох основних проектах, реалізація яких підніме туризм у Чорногорії на новий рівень:

- 1) розвиток галузі в Улцине в розрахунку на рекреантів з високими доходами,
- 2) у районі Которської бухти і Херцегові з ексклюзивним обслуговуванням індивідуальних туристів,
- 3) у зоні Скадарського озера, розвиток якої передбачається організувати за схемою природного парку туристично-сільського типу.

Таблиця 2.11.

Показники конкурентоспроможності Чорногорії

Показник	Місце (з 133 країн)
(2010) Індекс	78
(2009) Індекс	74
Нормативно-правова база туризму	19
Політика норм і правил	50
Забезпечення екологічної стійкості	34
Охорона та безпека	17
Здоров'я і гігієна	2
Пріоритети туризму	38
Бізнес-середовище туризму	77
Інфраструктура повітряного транспорту	65
Інфраструктура наземного транспорту	52
Туристична інфраструктура	90
Цінова конкурентоспроможність туристичної галузі	108
Людські ресурси	38
Освіта та професійна підготовка	63
Наявність кваліфікованої робочої сили	89
Природні ресурси	31
Культурні ресурси	41

В даний час туристичні організації Чорногорії займаються виробленням стандартів, що відповідають вимогам ринку і які враховують міжнародні стандарти для готелів, готельних номерів, житлового фонду місцевого

населення і кемпінгів. Намічається модернізація терміналу аеропорту в Подгориці, ліквідація небезпечних місць на автошляхах у гористій місцевості, проведення широкої спеціалізації готелів і пансіонатів за індивідуальними планами, вироблення нових вимог до засобів для розміщення категорії "три зірочки" і вище, Зменшення потужностей тризіркових туристичних баз при одночасному підвищенні якості послуг залишилися об'єктів зазначеного роду, а значить, і цін, створення нових баз прогулянкового флоту (в Которській бухті і Будві). У результаті реалізації намічених заходів доходи від туризму в Чорногорії до 2015 р повинні бути збільшені до 500 млн. євро на рік, а до 2020 р – до 1,1 млрд. євро (у порівнянні з 100 млн. у 2001 р).

РОЗДІЛ 3. ВІДМІННОСТІ У РОЗВИТКУ ОКРЕМИХ СЕКТОРІВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ПО КРАЇНАХ

3.1. СТАН ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ

3.1.1. Природні туристські ресурси

Обрані країни характеризуються досить високим рівнем туристсько-рекреаційних ресурсів. Порівнюючи їх можна відмітити, що всі вони мають чудове геополітичне положення, відповідний клімат та велику кількість різноманітних рекреаційних ресурсів. Якщо брати до уваги навколишню природу – перевагу можна віддати Чорногорії.

Природні туристські ресурси включають такі об'єкти і явища, які характеризуються наступними показниками (табл. 3.1).

Таблиця 3.1.

Кількісні та якісні показники природних туристських ресурсів Кіпру

Ресурс	Показник	Одиниця виміру
Клімат	1. Середня температура січня	7 °С
	2. Середня температура липня	35 °С
	3. Вегетаційний період, днів	214 днів
	4. Абсолютний максимум температур	44°С
	5. Абсолютний мінімум температур	-5°С
	6. Кількість опадів	75 мм
	7. Висота снігового покриву (в горах)	140 см
	8. Загальна сприятливість кліматичних умов для туризму	8 балів (з макс.10)
Води	1. Кількість рік (з довжиною більше 10 км)	3 одиниці
	2. Загальна довжина рік, в т.ч. суднохідних	240 Км
	3. Кількість великих озер	2 одиниці
	4. Середня швидкість течії	0,6 км/с
	5. Середня глибина рік	4 М
Гідромінеральні ресурси	Кількість мінеральних родовищ	2 одиниці
Ландшафти	1. Площа лісів	2000 Га
	2. Площа с/х територій	140 Га
	3. Площа територій, що охороняються	63000 Га
	4. Кількість природних парків та заповідників	11 одиниць
	5. Кількість ботанічних та зоологічних садів	1 одиниця

Далі розглянемо подібну характеристику природних туристських ресурсів на Мальті.

Таблиця 3.2.

Кількісні та якісні показники природних туристських ресурсів Мальти

Ресурс	Показник	Одиниця виміру
Клімат	1. Середня температура січня	14 °С
	2. Середня температура липня	28 °С
	3. Вегетаційний період, днів	365 днів
	4. Абсолютний максимум температур	41 °С
	5. Абсолютний мінімум температур	0 °С
	6. Кількість опадів	583 мм
	7. Висота снігового покриву (в горах)	-
	8. Загальна сприятливість кліматичних умов для туризму	9 балів (з макс.10)
Води	1. Кількість рік (з довжиною більше 10 км)	0 одиниць
	2. Загальна довжина рік, в т.ч. суднохідних	-
	3. Кількість великих озер	0 одиниць
	4. Середня швидкість течії	-
	5. Середня глибина рік	-
Гідромінеральні ресурси	Кількість мінеральних родовищ	0 одиниць
Ландшафти	1. Площа лісів	0 Га
	2. Площа с/х територій	165 Га
	3. Площа територій, що охороняються	211 Га
	4. Кількість природних парків та заповідників	18 одиниць
	5. Кількість ботанічних та зоологічних садів	2 одиниці

Наступним кроком можна розглянути особливості природних туристських ресурсів Чорногорії.

Таблиця 3.3.

Кількісні та якісні показники природних туристських ресурсів Чорногорії

Ресурс	Показник	Одиниця виміру
Клімат	1. Середня температура січня	10 °С
	2. Середня температура липня	27 °С
	3. Вегетаційний період, днів	317 днів
	4. Абсолютний максимум температур	42 °С
	5. Абсолютний мінімум температур	-4 °С
	6. Кількість опадів	5100 мм
	7. Висота снігового покриву (в горах)	57 см

	8. Загальна сприятливість кліматичних умов для туризму	10 балів (з макс.10)
Води	1. Кількість рік (з довжиною більше 10 км)	6 одиниць
	2. Загальна довжина рік, в т.ч. суднохідних	482 Км
	3. Кількість великих озер	40 одиниці
	4. Середня швидкість течії	0,8 км/с
	5. Середня глибина рік	8 М
Гідромінеральні ресурси	Кількість мінеральних родовищ	7 одиниць
Ландшафти	1. Площа лісів	1800 Га
	2. Площа с/х територій	226 Га
	3. Площа територій, що охороняються	4200 Га
	4. Кількість природних парків та заповідників	4 одиниць
	5. Кількість ботанічних та зоологічних садів	3 одиниць

Мельник О. Інтегральний показник туристичної привабливості території: поняття та теоретичні аспекти // Регіональна економіка. – 2004. – № 4. – С. 195-205.

3.1.2. Культурно-історичні ресурси

Навряд чи десь ще крім Кіпру можна знайти таку кількість пам'яток архітектури, музеїв, середньовічних замків, монастирів. Весь острів можна назвати єдиним пам'ятником історії і мистецтва, адже найважливішим культурним аспектом Кіпру є сам острів: за величезний історичний період на цьому маленькому шматочку землі змінилося безліч цивілізацій, які залишили після себе спогади у вигляді архітектурних пам'яток.

Всі пам'ятники старовини міста Пафос включені до переліку світових культурних цінностей ЮНЕСКО і знаходяться під охороною держави. У Пафосі знаходиться Некрополіс – гробниці королів. Це місце є одним з найбільш відвідуваних місць на Кіпрі. Усипальниці, пробиті в скельних породах, де ховали всіх високопоставлених осіб часів Птолемеїв і Римської імперії.

Головні пам'ятки країни: Могила Лазаря, Гробниця Хала Султан, Кіпрський археологічний музей, Руїни стародавнього міста Саламіс. Поблизу Киринії – руїни готичного абатства Беллапаіс, Музей корабельних аварій. Монастир Ставровуні, заснований, за переказами, в 327 році святой Оленою.

Монастир, присвячений кішкам – Ayios Nikolaos ton Gatou (монастир святого Миколая).

Культурно-історичні туристські ресурси включають такі об'єкти та явища, які характеризуються наступними показниками (табл. 3.2.). Розглянемо характеристику даних ресурсів Кіпру.

Таблиця 3.2

Показники культурно-історичних туристських ресурсів Кіпру

Найменування	Показник	Одиниця виміру
Пам'ятки історії та культури	1. Кількість пам'яток історії	14 одиниць
	2. Кількість пам'яток архітектури	32 одиниці
	3. Кількість пам'яток археології	11 одиниць
	4. Кількість пам'яток, одиниць монументального мистецтва	6 одиниць
	5. Кількість тематичних парків	3 одиниць
Заклади культури	1. Кількість музеїв	56 одиниць
	2. Кількість бібліотек	7 одиниць
	3. Кількість театрів	20 одиниць
	4. Кількість кінотеатрів	38 одиниць
	5. Кількість виставок, ярмарок	– одиниць

Значні регіональні відмінності щодо культурному потенціалу обумовлюють і специфічність туристичної пропозиції в окремих частинах Чорногорії.

Це країна дивовижної краси, високих гір і кришталево чистого Адріатичного моря, з його численними піщаними пляжами, де є все для безтурботного відпочинку.

Аналізуючи дані про стан культурно-історичної спадщини Чорногорії – можна розглянути таблицю 3.

До найбільш відомих культурно-історичних ресурсів Чорногорії відносяться: Національний парк Біоградська гора, Каньйон річки Тара, Гора Дурмітор, Скадарське озеро, Острів Ада Бояна, Гора-мавзолей Ловчен, Боко-Которській залив, Монастир Острог.

Таблиця 3.3.

Показники культурно-історичних туристських ресурсів в Чорногорії

Найменування	Показник	Одиниця виміру
Пам'ятки історії та культури	1. Кількість пам'яток історії	17 одиниць
	2. Кількість пам'яток архітектури	29 одиниць
	3. Кількість пам'яток археології	18 одиниць
	4. Кількість пам'яток, одиниць монументального мистецтва	8 одиниць
	5. Кількість тематичних парків	1 одиниця
Заклади культури	1. Кількість музеїв	22 одиниці
	2. Кількість бібліотек	1 одиниця
	3. Кількість театрів	4 одиниці
	4. Кількість кінотеатрів	0 одиниць
	5. Кількість виставок, ярмарок	– одиниць

Багата яскравими подіями багатовікова історія Мальтійської республіки залишила до теперішнього часу широкий ряд пам'яток культурної спадщини, що перетворився сьогодні в єдиний багатоскладовий комплекс будівель та споруд різного ступеня давнини, від культових храмів друїдів, розкиданих по островам Мальта і Гозо (ці храми, за твердженнями фахівців, є давнішими спорудами, ніж відомі єгипетські піраміди), цілої системи середньовічних замків і фортець часів Мальтійського Ордену, до розгалуженої мережі катакомб і таємних командних пунктів британських військ часів другої світової війни, із задоволенням відвідуваних іноземними туристами.

Загальна характеристик культурно-історичних ресурсів Мальти наведена в таблиці 3.

Таблиця 3.2

Показники культурно-історичних туристських ресурсів Мальти

Найменування	Показник	Одиниця виміру
Пам'ятки історії та культури	1. Кількість пам'яток історії	4 одиниць
	2. Кількість пам'яток архітектури	118 одиниць
	3. Кількість пам'яток археології	54 одиниці
	4. Кількість пам'яток, одиниць монументального мистецтва	18 одиниць

	5. Кількість тематичних парків	2 одиниці
Заклади культури	1. Кількість музеїв	21 одиниць
	2. Кількість бібліотек	2 одиниці
	3. Кількість театрів	2 одиниць
	4. Кількість кінотеатрів	8 одиниць
	5. Кількість виставок, ярмарок	16 одиниць

Характеризуючи природні та культурно-історичні туристські ресурси Мальти, Чорногорії та Кіпру – можна відмітити, що морське положення досить вигідне для всіх даних країн, за кількістю пляжів поступається Чорногорія. Рельєф територій подібний, але за загальним аналізом – виграє Чорногорія. Усі три країни мають величезну кількість різноманітних культурно-історичних пам'яток, багато з яких занесені до ЮНЕСКО.

Можна зробити висновок про забезпечення туристсько-ресурсним потенціалом даних країн і відмітити, що Кіпр і Мальта мають приблизно один рівень, а от Чорногорія досить сильно поступається їм. Головною причиною є недостатній рівень готельної інфраструктури.

3.2. СЕКТОР РОЗМІЩЕННЯ ТА ХАРЧУВАННЯ

Середземноморські країни вирізняються значною територіальною концентрацією готельної мережі в курортно-туристичних центрах узбережжя, високим коефіцієнтом локалізації, значення якого в усіх країнах регіону перевищують середньоєвропейський показник, однак аналіз вказує на недостатню забезпеченість туристів потужностями готельної бази даного регіону, оскільки тільки на Кіпрі та Мальті рівень пропозиції близький до середньо регіональних значень.

Загалом, сектор розміщення в даних країнах досить розвинений. Існує дуже велика кількість різноманітних місць проживання починаючи від однозіркових готелів(окрім Мальти) до справжніх палаців. Якщо брати до уваги Чорногорію, то збільшення готельних потужностей створює базу для чартерного туризму, що охоплює весь ринок. Підвищення комфортабельності готелів у поєднанні з модернізацією супутньої інфраструктури та зростанням

числа розважальних закладів сприяє продовженню літнього туристичного сезону до 150 – 165 днів з максимальним використанням всіх готельних потужностей.

Кіпр

Проаналізувавши сектор розміщення Кіпру – можна відмітити, що там є практично всі можливі види розміщення. Готелі, як і в багатьох інших країнах, мають зоряну систему:

***** – (42 готелі). Пропонують максимум послуг, чудове оформлення холів і номерів. Найчастіше мають свій власний пляж безпосередньо поруч з готелем.

****- (225 готелів). Готелі цієї категорії в основному розташовані на пляжі або відстані декількох хвилин ходьби від пляжу. Тут вам запропонують комфортабельні умови розміщення, хороший сервіс, великий вибір послуг і розважальні програми. Вони відрізняються від нижчих за рівнем готелів багатством обробки холів, оздобленням та обладнанням номерів

*** - (146 готелів). Пропонують затишні умови розміщення і необхідний для гарного відпочинку набір послуг. В основному вони розташовані або через дорогу від пляжу, на відстані декількох хвилин ходьби.

** - (20 готелів) Відрізняються від більш високих меншим набором послуг і простим оформленням холів і номерів. Але вони такі ж гостинні. Розташовані, як правило в жвавих районах курортів, через дорогу від пляжу.

Готелі-апартаменти – діляться на класи А, В, С. У них, як правило харчування індивідуальне.

Загальна кількість пансіонатів та санаторіїв на Кіпрі нараховується 19. Крім того, на Кіпрі є туристичні села, вілли, табори, традиційні будинки, туристичні апартаменти, мебльовані апартаменти, гостьові будинки, молодіжні готелі.

Щодо Республіки Мальта – то це одна з тих країн, чия економіка великою мірою залежить від туристичної індустрії – туризм складає 24% ВВП країни [10]. Як і будь-який туристичний центр, Мальта пропонує своїм

рекреантам різноманітні за видом, обслуговуванням, розташуванням тощо засоби розміщення. Утім, провідне місце серед всіх існуючих в країні засобів розміщення належить готелям (на 1.01.2010 в країні нараховувалося 197 засобів розміщення, з них 169 готелів).

На сьогоднішній день Мальта має готелі будь-якої категорії, за винятком однозіркових. Зустрічаються тут і представники міжнародних всесвітньо відомих готельних корпорацій: Radisson SAS, Intercontinental, Hilton, Kempinski тощо. 3-посеред різноманітності готелів більшість представлена 3-х зірковими готелями.

Характеристика готельної інфраструктури Чорногорії.

Ще зовсім недавно туріндустрія в країні знаходилася в повному застої, тому описувати унікальні досягнення не доводиться, хоча умови і для розвитку туризму, і для ефективного функціонування готельного бізнесу тут є. Варто зазначити, що розвиток даного сектора йде досить швидкими темпами, проте ще необхідне величезну кількість зусиль і коштів, для того щоб старий готельний фонд, часто ще не приватизований, привести у відповідність зі світовими стандартами.

Характерною особливістю готелів сучасної Чорногорії можна назвати відсутність традиційної для Європи класифікації, яка виражається в наявності певної кількості зірок, відповідно до рівня сервісу і послуг. У Чорногорії є нестандартна класифікація, яка виражається категоріями Lux, A, B і C.

Для Чорногорії сьогодні досить популярним серед туристів є напрямок розміщення на віллах, які представляють собою чудову альтернативу застарілому готельного фонду. Поряд з позитивними якостями даного варіанту розміщення, варто відзначити наявність деяких незручностей, які виражаються в розташуванні вілл, вибудовується не на узбережжі, а в деякому віддаленні від моря.

Загальна кількість усіх готелів в Чорногорії становить – 574 одиниці.

Серед них:

***** готелів – 11;

**** готелів – 180;

*** готелів – 185;

** готелів – 53;

* готелів – 1.

Беручи до уваги сектор харчування, то цікаво відмітити, що у Чорногорії немає представників американських та європейських мереж швидкого харчування, на відміну від Кіпру та Мальти. Національна кухня Чорногорії це різноманітні страви з риби і м'яса, які можна замовити в ресторанах. Крім того у великих містах і по узбережжю багато маленьких вуличних кафе, що пропонують досить різноманітне меню. З алкогольних напоїв місцевого виробництва можна купити виноградну, сливову ракію (ціни за 1 літр від 3 до 10 євро) і червоні, білі вина, з слабоалкогольних, найбільш поширеним, є пиво місцевого виробництва "Nikšićko" (Нікшічко).

Кіпрська кухня надзвичайно різноманітна і відображає той вплив, який справили на Кіпр численні завойовники і переселенці з країн Сходу та Середземномор'я. Багато кулінарні рецепти запозичені у турків, греків та ліванців. Свої слід тут зуміли залишити і британці.

За старих часів майже не було різниці в меню кіпрських греків і турків, відрізнялися лише назви страв. Винятком були страви зі свинини, заборонені для магометан. Але зараз кухня в північній частині острова стала дуже схожа на турецьку, чому сприяв великий потік переселенців з материка. При приготуванні фірмових страв кіпріоти не обійтися без гриля. Кіпріоти дуже люблять м'ясо, приготоване на решітці (греки називають його «сувлаки», турки – ашішкебаб »). На грилі готують і рибу.

Майже всі готелі пропонують ввечері шведський стіл, і не тільки для своїх гостей. Така вечеря коштує близько 5-7 C £ (без вартості напоїв). Як і на Мальті, крім звичайних ресторанів на Кіпрі є таверни. А також кафетерії, снєк-бари. Якщо ви віддасте перевагу якусь певну кухню, то до ваших послуг – французька, італійська, ліванська, російська, арабська, індійська, тайська, мексиканська і американська кухні.

Сектор перевезень

Авіатранспорт. Охарактеризувавши Чорногорію, можна підкреслити, що вона як і Кіпр має два міжнародні аеропорти – в місті Тіват і в місті Подгорица. Національним перевізником є авіакомпанія Montenegro Airlines, яка здійснює прямі регулярні рейси за наступними напрямками: Белград, Ніш (Сербія), Будапешт (Угорщина), Франкфурт (Німеччина), Рим (Італія), Париж (Франція), Вєнна (Австрія), Цюрих (Швейцарія). Скоп'є (Македонія), Любляна (Словенія).

При вильоті місцевими рейсами стягується аеродромний збір (входять у вартість квитка). На місцевих лініях дозволяється провозити до 15 кг. багажу. Від Белграда до аеропорту можна дістатися недорогим автобусом ЈАТ.

На відміну від Чорногорії – Кіпр не має внутрішніх авіаліній. Кіпр – порівняно невеликий острів, тому залізниць і внутрішніх авіаліній в цій країні немає через непотрібність. Всі поїздки по країні здійснюються виключно на рейсових автобусах, особистих автомобілях і таксі.

В порівнянні з Чорногорією та Кіпром – на Мальті діє лише один аеропорт – PLC. Він був зареєстрований як компанія 16 травня 1991 .

Мальта має дві авіакомпанії: Air Malta, що виконує міжнародні авіарейси, і Air Gozo, що виконує вертолітні рейси між Валетою і островом Гоцо.

Історія громадського транспорту на Мальті починається з залізниць, повністю викорінення нині. З лютого 1883 по березень 1931 на Мальті діяло залізничне сполучення між Валлетта і Мдина. Залізниця процвітала аж до появи трамваїв у 1905 році (3 маршрути з Валлетти), але й вони прожили недовго – у 1929 році на Мальті з'явилися автобуси, а до 1931 року вони остаточно витіснили рейки і шпали з особи тамтешньої землі.

Чорногорія також не має внутрішнього залізничного сполучення. Єдина лінія веде з Бара в сербський Белград, через Подгорицу і Бяло-Полі. На даному напрямі є до 4 щоденних поїздів, один з них нічний, зі спальними місцями.

Є чотири види поїздів: "експресні" (експрес), "прислів'їв" (швидкий), "брзі" (швидкісний) і "путніцкі" (пасажирський). Ціни на різні категорії поїздів різні, але квитки в цілому недорогі

Щодо морського транспорту, то У Чорногорії діє цілорічна міжнародна поромна лінія з порту м. Бар в м. Барі (Італія). Час в дорозі по даному маршруту займе близько 10 годин. Влітку вона здійснює рейси в італійський порт Анкона.

Найбільш важливі внутрішні порти Чорногорії: Герцег-Нові, Бієль, зеленик, Котор, Рисан. Великим попитом користується поромна переправа через найвузжче місце Боко-Которської бухти (протоку Веризи) між населеними пунктами белькотання і Каменарі. Періодичність відправлення поромів – 10-60 хвилин в залежності від сезону і часу доби.

Основні порти Республіки Кіпр: Лімасол, Ларнака, Васілікос. Головний порт Північного Кіпру – Фамагуста.

З Північного Кіпру ходять судна до Туреччини. Основні рейси: Фамагуста – Мерсин, Кіренія – Тасуку і Кіренія – Аланія.

Проаналізувавши Мальту – На жаль, ні один острів архіпелагу не пов'язаний своїми дорогами з іншим (за винятком, хіба що, мосту на покинуте Manoel Island), тому для повідомлення доводиться користуватися поромами та іншими плавзасобами.

Водне сполучення також існує між Валлетта і Слім (хоч вони розташовані і на одному острові, але по суші добиратися трохи довше, ніж по воді). Це коротка прогулянка на катері великому через гавань Марсамшетт.

Найдешевший і наймасовіший вид транспорту на Кіпрі – автобус. Автобусні лінії пов'язують між собою всі куточки країни. При цьому слід врахувати, що міжміські рейси здійснюються не надто часто – зазвичай, не більше двох разів за день. У неділю міжміські автобуси взагалі не їздять.

У Чорногорії автобус залишається інколи єдиним видом транспорту. Гроші за проїзд і квитки (купуються в касах автовокзалу) збирає водій. Зупинки в дорозі допустимі, так само як і зупинка автобуса на вимогу голосує на узбіччі, тому часто місцеві рейси вибиваються з графіка.

На Мальті ж між усіма містами і селами острова і столицею Валеттою є регулярне автобусне сполучення. Різні маршрути можна легко дізнатися за номерами на автобусах. Інтервали між автобусами рідко перевищують 10 хвилин, проїзд коштує від 6 до 13 центів, тобто близько 50 пфенігів.

Основні автомагістралі Чорногорії: Адріатичне шосе, що починається в районі міста Трієст (Італія), що проходить по узбережжю Словенії, Хорватії, Боснії та Герцеговини і закінчується в найпівденнішому чорногорському місті Улцинь; магістралі з узбережжя через Подгорицу в Сараєво (Боснія і Герцеговина) і до Белграда (Сербія) . Максимальна дозволена швидкість на дорогах: 50 км / год – у населеному пункті, 80 км / год поза населеним пунктом.

На острові Кіпр поширені пункти прокату автомобілів, що знаходяться у всіх туристичних центрах. Максимально допустима швидкість на автомагістралях становить 100 км / год, на шосе – 80 км / год; усередині населених пунктів не можна рухатися зі швидкістю більше 50 км / год.

Сучасна дворядна магістраль сполучає Никосію, Лімасол і Ларнаку, що вельми скорочує час переїзду в морський порт Лімасол і в аеропорт міста Ларнаки. Час переїзду з Никосії до Ларнаки складає 30 хвилин, а з Никосії до Лімасол – 50 хвилин. Зараз ведуться роботи з будівництва дворядної дороги між містами Лімасол і Пафос, що скоротить час переїзду з одного міста в інший (в даний час воно складає одну годину).

Таблиця

Комплексна оцінка туристсько-рекреаційних ресурсів
Кіпру, Мальти та Чорногорії

Країна	Морське положення	Загальна кількість пляжів *	Рельєф	Кількість споруд релігійної архітектури	Різноманітність видів релігійних пам'яток	Загальна кількість готелів	Різноманітність категорій готелів	Сума балів
Кіпр	3	3	2	3	2	2	2	17
Мальта	3	2	1	3	3	3	2	17
Чорногорія	2	1	3	2	2	1	1	12

* При ранжуванні бралися дані з офіційних сайтів Кіпру, Мальти та Чорногорії [8-11]. Джерело: <http://www.gov.mt> [22]

Загальні показники туристської інфраструктури

Галузь	Показники	Кіпр	Мальта	Чорногорія
Готельна сфера	1. Кількість готелів та інших місць тимчасового проживання			Одиниць
	2. Кількість номерів готелів			Одиниць
	3. Загальна площа номерів готельного фонду			м ²
	3. Кількість дитячих спортивних та оздоровчих таборів			Одиниць
	4. Кількість санаторіїв та пансіонатів з лікуванням			Одиниць
	5. Кількість будинків і пансіонатів відпочинку			Одиниць
	6. Кількість баз та інших закладів відпочинку			Одиниць
Галузь харчування	1. Кількість підприємств індустрії харчування			Одиниць
	2. Наявність підприємств харчування, які надають блюда інших держав			Балів
Транспортна сфера	1. Кількість аеропортів в області			Одиниць
	2. Можливість оренди літаків або гелікоптерів			так чи ні
	3. Довжина автомобільних трас			Км
	4. Якість автомобільних доріг			Балів
	5. Довжина залізничних шляхів			Км
	6. Якість залізничної інфраструктури			Балів
	7. Кількість морських портів			Одиниць
Туристичні агентства	1. Кількість тур агентів та тур агентів			Одиниць
	2. Середня кількість працівників			Чоловік
Інформаційна сфера	1. Доступність Інтернету			Балів
	2. Доступність інформації по туризму на території			Балів
	3. Надійність мобільного зв'язку			Балів
Сфера розваг	1. Чи проводиться видача ліцензій на охоту			так чи ні
	2. Чи проводиться видача ліцензій на риболовство			так чи ні
	3. Кількість лижних трас			Одиниць
	4. Кількість іподромів			Одиниць
	5. Кількість шкіл верхової їзди			Одиниць
	6. Кількість казино			Одиниць
	7. Кількість спортивних шкіл			Одиниць
	8. Кількість полів для гри в гольф			Одиниць

Таблиця складена автором за матеріалом: [25]

РОЗДІЛ 4. АНАЛІЗ ПРАВОВИХ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ОСНОВ ОХОРОНИ ПРАЦІ КІПРУ, МАЛЬТИ ТА ЧОРНОГОРІЇ

Однією зі специфічних форм людської діяльності є трудова діяльність, під якою розуміється не лише праця в класичному її розумінні), а будь-яка діяльність (наукова, творча, художня, надання послуг тощо), якщо вона здійснюється в рамках трудового законодавства.

Конституція є основним законом будь-якої держави. Я хочу зробити аналіз організаційних та правових основ охорони праці на прикладі трьох країн.

Республіка Кіпр

Відповідно до норм чинного законодавства, на Кіпрі встановлено дозвільну систему працевлаштування для іноземців. Для отримання іноземцем візи для в'їзду на Кіпр з правом на роботу необхідне попереднє отримання роботодавцем дозволу міністерства праці та соціального забезпечення на прийом іноземця на роботу. Як правило, при цьому передбачається аргументація щодо неможливості чи проблематичності використання на зазначеній роботі громадянина Кіпру.

Має місце система квотування – рекомендацій міністерства праці та соціального забезпечення імміграційними органами щодо кількості видачі іноземцям віз з правом на роботу, що обумовлюється рівнем безробіття в той чи інший період, та в цілому прагненням до захисту внутрішнього ринку праці.

Законодавством передбачено відповідальність як за нелегальне працевлаштування, так і нелегальний прийом на роботу, включаючи такі санкції як штраф та позбавлення волі – як для роботодавця, так і для працівника.

Кіпрська держава є незалежною і суверенною республікою президентського типу; Президентом її є грек, а віце-президентом – турків, які обираються, відповідно, грецької і турецької общин Кіпру в порядку, що встановлюється Конституцією

За Статтею 9 громадяни мають право на гідний рівень життя і на соціальне забезпечення. Законом будуть передбачені захист трудящих, допомогу бідним, а також система соціального страхування.

Згідно статті 25:

1. Кожен має право здійснювати будь-яку професію, займатися будь-якою діяльністю, торгівлею або працею, що приносить дохід.

2. Здійснення такого права може бути піддано умовам, обмеженням або процедур, передбачених законом і стосуються винятково звичайно необхідним для здійснення будь-якої професії вимогам, в силу необхідності, пов'язаної тільки з інтересами забезпечення безпеки Республіки, Конституційного порядку, громадської безпеки, громадського порядку, громадської охорони здоров'я, моралі або з інтересами захисту прав і свобод, гарантованих кожному Конституцією, або з громадськими інтересами, При тому, що умови обмеження і процедури не будуть встановлюватися за вимогами однієї Громади на шкоду інтересам іншої Громади.

3. Як виняток із згаданих вище постанов цієї статті в суспільних інтересах відповідно до закону можуть бути утворені окремі підприємства, які надають особливі суспільні послуги, пов'язані з експлуатацією енергетичних джерел або інших природних джерел, І знаходяться під управлінням виключно Республіки, муніципалітетів або юридичних осіб публічного права. Підприємства, засновані у зазначених цілях відповідно до згаданим законом, можуть використовувати державні та приватні капітали або тільки державні, або тільки приватні капітали.

Трудове законодавство Кіпру – це поєднання договірного, статусного та загального права. Закони відповідають інструкціям Міжнародної організації праці, ратифікованої Кіпром. Трудові відносини регулюються трудовим договором.

Найм на роботу громадян з європейських країн регламентується <Законом про свободу переміщення та проживання громадян держав членів Європейського союзу та їх сім'ям> (Law on Free Movement and Residence of Nationals of the Member States of the European Union and their Families). Деякі

професії обмежуються місцевим законодавством, що встановлює атестації та процедури, необхідні для отримання права займатися певним видом діяльності. Найм на роботу громадян з неєвропейських країн підлягає схваленню Департаменту з Трудю, де вивчаються заяви, подані роботодавцями, охочими взяти на роботу іноземця в прагненні задовольнити строкову недовгу сезонну потребу в робочих руках у певних галузях економіки та пологах занять.

Республіка Мальта

Мальта є демократичною республікою, заснованою на праці та повазі до основних прав і свобод особи.

Держава визнає право всіх громадян на працю і повинна сприяти розвитку таких умов, які зроблять це право ефективним.

За статтею 15 працездатний вік.

Мінімальний вік для платного роботи повинен бути наказаний законом.

Стаття 16.

Працюючі діти.

Держава має сприяти охороні праці неповнолітніх та забезпечувати їм рівну оплату за рівну працю.

Стаття 17.

Непрацездатність:

1. Кожен громадянин, не здатний до праці і не забезпечений засобами, необхідними для життя, має право на підтримку та соціальну допомогу.

2. Працівники мають право на розумне страхування на основі участі в їх потребах при нещасних випадках, хвороби, непрацездатності, старості і недобровільної безробіттю.

3. Інваліди мають право на освіту та навчання за покликанням.

Стаття 18.

Приватна економіка.

Держава повинна заохочувати приватне господарське підприємство.

Стаття 35.

Заборона примусової праці.

1. Ні від кого не можна вимагати здійснення примусової праці.

2. Для цілей цієї статті вираз «примусова праця» не охоплює:

а. будь-яка праця, необхідний внаслідок вироку чи постанови суду,

б. праця, необхідний від будь-якої особи, в той час, коли воно є законно затриманим за вироком чи наказом суду, якщо ця праця, хоча він і не вимагається внаслідок такого вироку чи постанови, є розумно необхідним в інтересах гігієни або для підтримання в доброму стані місця, в якому знаходиться затримана особа, або, якщо воно затримано з метою турботи про нього, його лікування, освіти або благополуччя, розумно потрібно для такої мети;

в. будь-яка праця, необхідний від особи, Що знаходиться на військовій чи воєнізованій службі, при здійсненні його обов'язків як такого, або, якщо мова йде про особу, яка має суттєві зауваження щодо його службу в складі морських, сухопутних і повітряних сил, будь-яка праця, виконання якого законно потрібно від цієї особи на місці такий його служби;

г. будь-яка праця, Необхідний протягом періоду надзвичайної суспільної необхідності або в разі будь-якої іншої необхідності або лиха, що загрожує життю й благополуччю населення. [<http://constitutions.ru/archives/270/5>]

Чорногорія

Найзначнішою подією 2007 року стало прийняття нової Конституції Чорногорії. 22.10.07 депутати Чорногорської скупщини (парламенту) одноголосно прийняли рішення про проголошення нової Конституції Чорногорії, першою після здобуття незалежності в червні 2006 року.

Конституція Чорногорії складається з восьми частин і має таку структуру.

Частина II «Права і свободи», в якій визначено спільні рішення, особисті права і свободи, політичні права і свободи, економічні, соціальні і культурні права і свободи, спеціальні права меншин, де закріплені норми визнають свободу і рівноправність громадян, які належать до національних меншин. В основі прав і свобод громадян Чорногорії закладена Конституція і

міжнародні договори. Кожен громадянин Республіки має право на рівність, юридичну допомогу, місцеве самоврядування.

Поняття демократії та правової держави в певній мірі пов'язані з розумінням співвідношення прав і свобод людини та державної влади.

Частина IV говорить про економічний устрій, яке побудоване на відкритій та вільній ринкової торгівлі, свободу підприємництва та конкуренції, самостійності суб'єктів економіки їх відповідальності за взяті на себе зобов'язання в юридичному обороті, захисту та рівноправності всіх форм власності.

Законодавство Чорногорії ніяк не обмежує іноземних громадян в покупці місцевої нерухомості. Загальна вартість операції не регламентується і не відстежується державою, це залишається на розсуд покупця і продавця.

Також, у Чорногорії, де проводиться політика залучення іноземного капіталу, був прийнятий закон про іноземні інвестиції, що захищає зарубіжних власників нерухомості на території країни. Місцеве законодавство дозволяє безперешкодну купівлю нерухомості (як комерційної, так і житлової) іноземцям, включаючи російських громадян.

ВИСНОВКИ

Виконавши запланований обсяг завдань, можна зробити наступні висновки:

Туристичну індустрію було розглянуто як сукупність готелів чи інших засобів розміщення, засобів транспорту, об'єктів громадського харчування, об'єктів і засобів розваги, об'єктів освітнього, ділового, оздоровчого, спортивного та іншого значення, організацій, які здійснюють туристичну діяльність, організацій, які представляють послуги гідів-перекладачів. В силу ряду причин індустрія туризму, що розглядається в якості галузі, рідко удостоюється такої уваги зі сторони суспільства, яке відповідало б її ролі в економічній діяльності. Одна з головних причин – відсутність правильно організованого статистичного обліку туристичної діяльності, коли економічні показники туризму «розчиняються» у даних других галузях народного господарства.

В результаті аналізу визначено, що туристична індустрія Кіпру традиційно залишається однією з найбільш прибуткових галузей кіпрської економіки, в якій зайнятий найбільший відсоток працездатного населення країни. Несприятливі тенденції зниження кількості іноземних туристів, якості послуг, на острові послуг при одночасному зростанні їх вартості, спостерігаються протягом останніх років, досить сильні. Спільними зусиллями уряду, кіпрської організації туризм (КОТ), асоціації кіпрських туристичних агентств (АКТА) та інших галузевих об'єктів за минулий рік вдалося трохи ослабити гостроту проблем у туристичному комплексі країни, проте до перелому ще дуже далеко.

Зроблена оцінка міжнародного туризму Мальти. Можна відмітити, що Республіка Мальта – це країна цілорічного туризму. Не дивлячись на те, що більшість мандрівників приїжджає влітку (з червня по серпень Мальту відвідують близько 40% усіх туристів), в інші пори роки Мальта теж не позбавлена бажаючих побачити її надзвичайну красу. Близько 15% туристів приїжджають до Мальти взимку, а восени та весною їхня кількість

збільшується до 25% та 20% відповідно. Тому й більшість готелів працюють цілий рік.

З'ясовано, що Планування розвитку туризму в Чорногорії відбувається за двома основними напрямками: надання рекреаційних послуг, по-перше, для громадян країн, які постали на місці колишньої СФРЮ, і, по-друге, для громадян Західної, Центральної та Північної Європи. Збільшення доходів від обслуговування одного туриста в короткостроковій перспективі можна очікувати в основному за другим напрямом. Попит з боку громадян східноєвропейських країн спочатку буде незначним і багато в чому визначатися ціновим фактором. Тільки з підвищенням рівня добробуту очікується зростання прибуттів гостей з цього регіону.

Обрані країни характеризуються досить високим рівнем туристсько-рекреаційних ресурсів. Порівнюючи їх можна відмітити, що всі вони мають чудове геополітичне положення, відповідний клімат та велику кількість різноманітних рекреаційних ресурсів.

Сектор розміщення в даних країнах досить розвинений. Існує дуже велика кількість різноманітних місць проживання починаючи від однозіркових готелів(окрім Мальти) до справжніх палаців.

Однією зі специфічних форм людської діяльності є трудова діяльність, під якою розуміється не лише праця в класичному її розумінні), а будь-яка діяльність (наукова, творча, художня, надання послуг тощо), якщо вона здійснюється в рамках трудового законодавства.

Конституція є основним законом будь-якої держави. Саме за нею порівнюються організаційні та правові основи охорони праці на прикладі трьох країн.

Проаналізувавши соціально-економічні передумови розвитку туризму на Кіпрі, Мальті та Чорногорії, сучасний стан, головні проблеми та можливі перспективи розвитку даних країн можна вважати що результати даної роботи переконують, що мету, яку поставлено у вступі, виконано

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. – М.: Аспект-Пресс, 2004. – 280 с.
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – М.-СПб.: «Невский фонд», 2003. – 320 с.
3. Дмитриевский Ю.Д. Туристские районы мира. Учебное пособие. Смоленск. Издательство СГУ, 2000. – 178 с.
4. Дурович А. П., Копанев А. С. Маркетинг в туризме: Учеб. пособие / Под общ. ред. З. М. Горбылевой. – Мн.: Эко-номпресс, 1998. – 400 с.
5. Киреев А.П. Международная экономика: В 2 ч. – Ч. 1. Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства. – Учеб. пособие для вузов. – М.: Междунар. отношения, 1997. – 416 с.
6. Любіцева О. О. Геопросторові структури світового туристичного ринку. – Географія і сучасність: Зб. наук. пр. Нац. пед. ун-ту ім. М. П. Драгоманова. – К., 2001. – Вип. 6. – С. 212–218
7. Максаковский В.П. Всемирное культурное наследие. – М.: Издательское дело, 2000. – 406 с.
8. Максаковский В.П. Историческая география мира. – М.: Экопрос, 1997. – 337 с.
9. Мельник О. Інтегральний показник туристичної привабливості території: поняття та теоретичні аспекти // Регіональна економіка, 2004.- 226 с.
10. Мироненко Н. С. Страноведение: Теория и методы: Учеб. пособие для вузов. – М.: Аспект-Пресс, 2001. – 268 с.
11. Немоляева М. Э., Ходорков Л. Ф. Международный туризм: вчера, сегодня, завтра. – М., 1985. – 256 с.
12. Николаенко А.В. Рекреационная география: учеб. пособ. – М.: «ЭКМОС», 2002.- 405 с.
13. Нефёдова В.Б., Смирнова Е.Д., Швидченко Л.Г. Методы рекреационной оценки территорий. // Вестник МГУ. Сер. 5. География .1973. № 5.
14. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: Экономика туризма. – М., 2000. – 178 с.
15. Романцова С. Страны мира от А до Я. — М.:2007, 352с.
16. Севастьянов. Д.В. Основы страноведения и международного туризма. – М.: Академия, 2006г. – 355 с.
17. Черногория. Путеводитель. – М.: 2007г. – 220 с.

18. <http://weforum.org> – World economic forum
19. <http://wttc.org> – World travel and tourism council
20. <http://www.gov.mt> – Официальный сайт Правительства Мальты
21. <http://www.gov.mt> – Официальный сайт Правительства Мальты на английском и мальтийском языках, информация всех департаментов.
22. <http://www.searchmalta.com> – Большая база данных – поисковый сервер о Мальте на английском языке.
23. <http://www.gomaltatravel.com> – Туристический портал о Мальте на английском языке.
24. <http://www.airmalta.com> – Сайт мальтийской авиакомпании. Расписание прибытия и отправления международных рейсов.
25. <http://www.lonelyplanet.com/mapshells/europe/malta/malta.htm> – Карта Мальты и много полезной информации о Мальте.
26. http://www.mol.net.mt/maltainformation/historical_buildings.htm – Исторические места, музеи, аттракционы, агенства по недвижимости, выставки на Мальте, поиск на сервере.
27. <http://www.vlada.cg.yu/> – Материалы официального сайта Правительства Черногории
28. <http://www.ministarstvokulture.cg.yu/> – Материалы официального сайта Министерства культуры и средств массовой информации Черногории.
29. <http://www.maltatourismauthority.com> – Сайт мальтийского государственного департамента по туризму.
30. <http://www.maltaweb.com> – Ссылки по Мальте.
31. <http://www.budgettravel.com/malta.htm> – Каталог ссылок по Мальте и вся информация по туризму.
32. <http://www.crnagora.ru> – Информационный сайт о Черногории «Черногория – гармония контрастов»
33. <http://www.montenegro.yu/turizam/turizam.htm> – Сайт о туризме Черногории
34. www.visitcyprus.com – сайт кипрської організації по туризму
35. www.travel.state.gov/travel/cis_pa_tw/cis/cis_1098.html – Інформаційний сайт для подорожуючих по Кіпру
36. www.imf.org/external/country/CYP/index.htm – Международный валютный фонд Кипра
37. www.state.gov/r/pa/ei/bgn/5376.htm – Основные сведения о Кипре
38. www.loc.gov/rr/international/european/montenegro/me.html – Порталы Черногории

39. www.store.eiu.com/country/CS.html?ref=lef_nav – Сведения об экономике Черногории
40. www.flightstats.com/go/Airport/airportsOfTheWorld.do?countryCode=ME – сайт авиапортов Черногории
41. www.state.gov/r/pa/ei/bgn/70949.htm – сайт основных сведений Черногории
42. www.search.mises.org/search?q=Montenegro&site=Literature Ludwig von Mises Institute
43. www.crnago.com – Черногорская поисковая система
44. <http://www.montenegro.yu> – Официальный сайт Республики Черногория
45. www.doi.gov.mt – сайт департамента информации о Мальте
46. www.mic.org.mt – сайт европолитики Мальты
47. www.loc.gov/law/help/guide/nations/malta.php – сайт законодательства Мальты
48. www.airmalta.com – сайт авиакомпаний Мальты
49. www.doi.gov.mt – сайт департамента информации
50. store.eiu.com/country/MT.html?ref=lef_nav – сведения об экономике Мальты

ДОДАТКИ

Додаток А

Загальні показники туристської інфраструктури

Галузь	Показники	Одиниці виміру
Готельна сфера	1. Кількість готелів та інших місць тимчасового проживання	одиниць
	2. Кількість номерів готелів	одиниць
	3. Загальна площа номерів готельного фонду	м ²
	3. Кількість дитячих спортивних та оздоровчих таборів	одиниць
	4. Кількість санаторіїв та пансіонатів з лікуванням	одиниць
	5. Кількість будинків і пансіонатів відпочинку	одиниць
	6. Кількість баз та інших закладів відпочинку	одиниць
Галузь харчування	1. Кількість підприємств індустрії харчування	одиниць
	2. Наявність підприємств харчування, які надають блюда інших держав	балів
Транспортна сфера	1. Кількість аеропортів в області	одиниць
	2. Можливість оренди літаків або гелікоптерів	так чи ні
	3. Довжина автомобільних трас	км
	4. Якість автомобільних доріг	балів
	5. Довжина залізничних шляхів	км
	6. Якість залізничної інфраструктури	балів
	7. Кількість морських портів	одиниць
Туристичні агентства	1. Кількість тур агентів та тур агентів	одиниць
	2. Середня кількість працівників	чоловік
Інформаційна сфера	1. Доступність Інтернету	балів
	2. Доступність інформації по туризму на території	балів
	3. Надійність мобільного зв'язку	балів